

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

**Оксана Полінкевич  
Любов Ліпич  
Тетяна Данилюк  
Алла Лялюк  
Світлана Бортнік  
Олена Скорук  
Людмила Шостак  
Ірина Волинець**

**ЗБІРНИК ЗАВДАНЬ  
НА КОМПЛЕКСНИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКЗАМЕН  
для освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка»  
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**

ЛУЦЬК – 2020

УДК 330.314. 1(075)

З-41

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки  
(протокол №6 від 19.02.2020 р. ).

**Рецензенти:** *Черчик Л.М.*, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

*Лещук В.П.*, д.е.н., проф., директор Луцької філії тернопільського національного економічного університету

**Полінкевич О.М., Ліпич Л.Г., Данилюк Т.І., Лялюк А.М., Бортнік С.М., Скорук О.В., Шостак Л.О., Волинець І.Г.**

**З-41 Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / Полінкевич О.М., Ліпич Л.Г., Данилюк Т.І., Лялюк А.М., Бортнік С.М., Скорук О.В., Шостак Л.В., Волинець І.Г. – Луцьк: СНУ імені Лесі Українки, 2020. – 68 с.**

Анотація : У виданні подано теоретичні запитання, перелік тестових завдань з дисциплін: «Економіка підприємства», «Економіка та організація торгівлі», «Товарні біржі», «Теорія і практика підприємництва» та практичні завдання із зазначених дисциплін.

Збірник тестових завдань на комплексний державний екзамен з дисциплін: економіка підприємства, економіка та організація торгівлі, товарні біржі, теорія і практика підприємництва рекомендовано студентам спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» освітнього рівня бакалавр.

УДК 330.314.1(075)

© Полінкевич О.М., Ліпич Л.Г., Данилюк Т.І.,  
Лялюк А.М., Бортнік С.М., Скорук О.В.,  
Шостак Л.В., Волинець І.Г.  
© Східноєвропейський національний університет  
імені Лесі Українки, 2020

## ЗМІСТ

Вступ	4
1. Теоретичні запитання	5
2. Тестові завдання з дисципліни «Економіка підприємства»	6
3. Тестові завдання з дисципліни «Економіка та організація торгівлі»	25
4. Тестові завдання з дисципліни «Товарні біржі»	36
5. Тестові завдання з дисципліни «Теорія і практика підприємництва»	45
6. Задачі	56
Рекомендована література	63

## ВСТУП

В умовах ринкових відносин центр економічної діяльності переміщується до основної ланки всієї економіки – підприємства. Саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція та надаються необхідні послуги. На підприємстві зосереджені висококваліфіковані кадри, на ньому вирішується питання економічного витрачання ресурсів, застосування високопродуктивної техніки та технології, розробляються бізнес-плани, використовується маркетинг, здійснюється ефективне управління.

Все це потребує глибоких економічних знань. В умовах ринкової економіки виживе лише те підприємство, яке найбільш розумно й компетентно визначить потреби ринку, створить і організує виробництво продукції, яка користується попитом, а також забезпечить високим доходом висококваліфікованих працівників.

Вказані завдання можливо виконати лише при умові високої компетенції фахівців у галузі підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Значну роль у підготовці таких висококваліфікованих фахівців освітнього рівня «бакалавр» зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» відіграє перевірка їх знань та вмінь при здачі комплексного державного екзамену за фахом, який в сучасних умовах передбачає використання тестових завдань.

Головним завданням комплексного державного екзамену за фахом є виявлення у випускників спеціальних знань і практичних навичок з комплексу фундаментальних та професійно-орієнтованих навчальних дисциплін.

Для випускників спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» комплексний держаний екзамен за фахом включає такі навчальні дисципліни:

- економіка підприємства;
- економіка та організація торгівлі;
- товарні біржі;
- теорія і практика підприємництва

Запропонований збірник завдань для студентів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійної програми «Бізнес-економіка» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» ставить за мету допомогти студентам у підготовці та перевірці своїх знань і вмінь для здачі комплексного державного екзамену.

# 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАПИТАННЯ

1. Підприємство, його основні ознаки.
2. Види та організаційні форми підприємств
3. Стратегічні плани підприємства
4. Економічна сутність та склад необоротних активів підприємства
5. Показники ефективності використання основних засобів
6. Поняття оборотних активів підприємства, їх склад та структура
7. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства
8. Показники наявності та використання персоналу
9. Продуктивність праці та показники її визначення. Чинники зростання продуктивності праці
10. Поняття та структура заробітної плати
11. Форми та системи оплати праці
12. Суть витрат, їх класифікація
13. Собівартість продукції та її види.
14. Економічна сутність та функції ціни
15. Прибуток підприємства, порядок визначення та використання
16. Рентабельність підприємства та ефективність діяльності підприємства
17. Роль та місце біржі в економіці
18. Функції та характерні ознаки біржової торгівлі
19. Види бірж. Види біржових контрактів
20. Організаційна структура управління біржею
21. Сутність, принципи та функції підприємницької діяльності
22. Суб'єкти підприємницької діяльності
23. Підприємство як організаційна структура підприємництва, його ознаки та функції
24. Сутність, основні види та оцінка підприємницьких ризиків
25. Шляхи та методи зниження підприємницьких ризиків
26. Сутність менеджменту та його роль у розвитку підприємництва
27. Сутність планування у підприємницькій діяльності
28. Бізнес-план: сутність та структура. Помилки складання та реалізації бізнес-плану
29. Сутність та функції роздрібної торгівлі
30. Сутність та функції оптової торгівлі
31. Роль, функції та класифікація оптових посередників
32. Суть складського технологічного процесу, принципи його організації та складові частини
33. Значення та завдання товаропостачання роздрібною торговельною мережі
34. Поняття упаковки та тари, їх роль в процесі обігу товарів
35. Рекламні засоби та їх характеристика. Форми реалізації реклами торговельного підприємства

## 2. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

### 1. НЕОБОРОТНІ АКТИВИ – ЦЕ:

1. активи, що використовуються підприємством на протязі виробничого циклу;
2. мобільні активи, які перетворюються в грошові кошти протягом одного року;
3. цінності, що використовуються у виробничій діяльності;
4. активи, що використовуються підприємством у його діяльності протягом тривалого часу;
5. немає правильної відповіді.

### 2. ДО СКЛАДУ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ ВХОДЯТЬ:

1. необоротні та оборотні активи;
2. земля, основні засоби, персонал підприємства;
3. персонал підприємства і засоби праці;
4. засоби праці та предмети праці;
5. оборотні активи та обладнання.

### 3. ПЕРІОД ЧАСУ, ВПРОДОВЖ ЯКОГО ПІДПРИЄМСТВО ПЛАНУЄ ВИКОРИСТОВУВАТИ НЕОБОРОТНІ АКТИВИ – ЦЕ:

1. термін окупності;
2. строк корисного використання;
3. час роботи обладнання;
4. змінність роботи;
5. тривалість кругообігу.

### 4. ДО АКТИВНОЇ ЧАСТИНИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДНОСЯТЬСЯ:

1. будівлі, споруди, інвентар;
2. незавершене виробництво, машини, транспортні засоби;
3. будівлі, споруди, незавершене виробництво, готова продукція;
4. машини, устаткування, передавальні пристрої;
5. земельні ділянки, машини та обладнання.

### 5. ДО ПАСИВНОЇ ЧАСТИНИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДНОСЯТЬСЯ:

1. будівлі, споруди, передавальні пристрої;
2. машини, споруди;
3. устаткування, силові і робочі машини;
4. транспортні засоби, збутова мережа;
5. вимірювальні прилади і техніка.

### 6. ЗА РАХУНОК ЯКИХ ДЖЕРЕЛ ФОРМУЮТЬСЯ КОШТИ, ЯКІ ВКЛАДАЮТЬСЯ В ОСНОВНІ ЗАСОБИ?

1. прибутку;
2. статутного фонду;

3. банківських кредитів;
4. амортизаційних відрахувань;
5. всі відповіді правильні.

7. ДО НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ВІДНОСЯТЬ:

1. створення доброї репутації підприємства;
2. землі, що знаходяться у власності підприємства;
3. різновид благодійницької діяльності підприємства;
4. права на використання об'єктів промислової та інтелектуальної власності;
5. засоби, що не використовуються у виробничому процесі.

8. ПЕРВІСНА ВАРТІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СКЛАДАЄТЬСЯ З:

1. витрат на капітальний ремонт та модернізацію;
2. ціни основних засобів, витрат на транспортування і монтаж;
3. амортизаційних відрахувань;
4. переоціненої вартості основних засобів;
5. витрат на демонтаж.

9. ЗАЛИШКОВА ВАРТІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ВІДОБРАЖАЄ:

1. можливу ціну продажу основних засобів;
2. різницю первісної вартості та рівня зносу;
3. перенесену на вироблену продукцію, послуги частину їх вартості;
4. різницю між відновлювальною і первісною вартістю основних засобів;
5. вартість засобів підприємства при ліквідації.

10. ПІД ФІЗИЧНИМ ЗНОСОМ РОЗУМІЮТЬ:

1. непридатність основних засобів до експлуатації;
2. поступова втрата основними засобами первісних експлуатаційних якостей, що призводить до зменшення їх реальної вартості;
3. знецінення діючих засобів під дією НТП;
4. невідповідність науково-технічному прогресу;
5. втрату основними фондами споживної вартості при їх бездіяльності.

11. МОРАЛЬНИЙ ЗНОС ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ — ЦЕ:

1. знецінення діючих засобів під дією НТП;
2. невідповідність їх необхідним вимогам;
3. повна втрата вартості основних засобів або їх частини;
4. поступове перенесення вартості засобів на вартість виготовленої продукції;
5. непридатність основних засобів до експлуатації в порівнянні з існуючими аналогами.

12. АМОТИЗАЦІЯ — ЦЕ:

1. поступове перенесення вартості основних засобів на виготовлену продукцію або на витрати підприємства протягом терміну їх використання;

2. матеріальний знос основних засобів, внаслідок чого вони перестають задовольняти поставлені до них вимоги;
3. втрата вартості основних засобів;
4. процент річних відрахувань від балансової вартості;
5. втрата частини вартості основних засобів під впливом НТП.

13. НОРМА АМОРТИЗАЦІЇ — ЦЕ:

1. поступове погашення вартості основних засобів перенесенням її на собівартість виготовленої продукції;
2. встановлений розмір амортизаційних відрахувань за певний період часу, виражений в процентах до їх первісної (переоціненої) вартості;
3. втрата частини вартості основних засобів під впливом НТП;
4. процент відрахувань від балансової вартості;
5. сума коштів щорічного відрахування до амортизаційного фонду.

14. ВКАЖІТЬ МЕТОДИ ПРИСКОРЕНОЇ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ:

1. виробничий;
2. прямолінійний;
3. кумулятивний та зменшеного залишку за подвійної норми амортизації;
4. рівномірного списання;
5. податковий.

15. ЯКИЙ З ПОКАЗНИКІВ ХАРАКТЕРИЗУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ?

1. фондвіддача;
2. середньорічна вартість;
3. коефіцієнт зносу;
4. коефіцієнт відновлення;
5. коефіцієнт вибуття.

16. ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. максимально можливий випуск продукції підприємством за певний час у встановленій номенклатурі та асортименті під час повного завантаження обладнання та виробничих площ;
2. те саме, але за умови використання резервного обладнання;
3. максимальний випуск продукції на вузьких місцях;
4. максимальна потужність устаткування, під час використання якої підприємство досягає найбільшого прибутку;
5. максимально можливий випуск продукції одиницею устаткування.

17. ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЄ:

1. плановий обсяг випуску продукції, її номенклатуру;
2. плановий обсяг випуску продукції, необхідні виробничі потужності та матеріальні ресурси;
3. планову виробничу потужність та планову потребу у матеріальних ресурсах;



4. річні обсяги випуску продукції та необхідних ресурсів;
5. кількість та якість виробництва.

18. **ОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА — ЦЕ:**

1. мобільні активи які грошовими коштами або можуть бути перетвореними в них протягом року чи одного операційного циклу;
2. предмети та засоби праці, термін експлуатації яких не перевищує 1 рік;
3. засоби праці які використовуються в процесі виробництва тривалий час;
4. сукупність матеріально-речових цінностей, що неодноразово беруть участь у процесі виробництва і цілком переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції у вигляді амортизаційних відрахувань;
5. усі відповіді вірні.

19. **ЗАПАСИ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ АКТИВИ, ЯКІ:**

1. перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
2. утримуються з метою управління підприємством;
3. утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;
4. утримуються для споживання під час виробництва продукції (робіт, послуг);
5. усі відповіді вірні.

20. **ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПОКУПЦІВ АБО ЗАМОВНИКІВ ЗА НАДАНІ ЇМ ТОВАРИ, РОБОТИ, ПОСЛУГИ, ФІНАНСОВИХ І ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ ТА ІНШИХ КОНТРАГЕНТІВ – ЦЕ:**

1. дебіторська заборгованість;
2. ліквідні цінні папери;
3. кредиторська заборгованість;
4. виробничі запаси;
5. поточна заборгованість.

21. **ДО СКЛАДУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ВХОДЯТЬ:**

1. запаси, незавершене будівництво, доходи майбутніх періодів;
2. запаси матеріалів, запасних частин, палива, готової продукції на складі;
3. виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів;
4. запаси, дебіторська заборгованість, грошові кошти та ліквідні цінні папери;
5. товари, виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, малоцінні та швидкозношувані предмети.

22. **НЕЗАВЕРШЕНЕ ВИРОБНИЦТВО – ЦЕ:**

1. незакінчена обробкою продукція на складі;
2. незакінчена продукція, що підлягає подальшій переробці або завершенню виробництва;
3. вартість продукції з незакінченою обробкою, яка знаходиться на обладнанні у цеху;

4. незакінчена продукція, що знаходиться на робочому місці;
5. продукція, обробка якої завершено, але не пройшло випробування.

23. ЗА ДЖЕРЕЛАМИ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНІ АКТИВИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. власні, порівняні до власних, позичені;
2. нормовані і ненормовані;
3. мобільні та немобільні;
4. власні та позикові;
5. основні та допоміжні.

24. МІНІМАЛЬНО НЕОБХІДНА КІЛЬКІСТЬ ДНІВ, НА ЯКУ ТРЕБА ВИЗНАЧИТИ ЗАПАС ДЛЯ НОРМАЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. страховий запас;
2. норма запасу оборотних активів;
3. підготовчий запас;
4. технологічний запас;
5. запас поточного поповнення.

25. У ЯКИХ ОДИНИЦЯХ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ НОРМАТИВИ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ?

1. у днях виробничої потреби;
2. у натуральних показниках та днях виробничої потреби;
3. у кількості відповідно до виробничої потреби;
4. у натуральних одиницях;
5. у натуральних та вартісних показниках.

26. НОРМА ЗАПАСУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СКЛАДІ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. періодом постачання матеріальних ресурсів в днях;
2. виходячи з поточних витрат на виготовлення готової продукції;
3. кількістю днів, яка необхідна для підготовки продукції до реалізації;
4. кількістю днів перебування вантажу в дорозі;
5. розміром договірних зобов'язань зі споживачами.

27. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ ПОКАЗНИКОМ:

1. оборотність оборотних активів;
2. середньорічний залишок оборотних активів;
3. окупність оборотних активів;
4. кількість оборотних активів;
5. усі відповіді вірні.

28. КІЛЬКІСТЬ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ПРИПАДАЄ НА ОДНУ ГРИВНЮ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЄ ПОКАЗНИК:

1. тривалість одного обороту;
2. рентабельність оборотних активів;
3. коефіцієнт завантаження;
4. коефіцієнт оборотності;
5. немає вірної відповіді.

29. КОЕФІЦІЄНТ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. розмір реалізованої продукції, що приходить на 1 грн. виробничих фондів;
2. кількість оборотів за розрахунковий період часу;
3. середню тривалість одного обороту;
4. кількість оборотних активів за відповідний період;
5. немає вірної відповіді.

30. ТРИВАЛІСТЬ ОДНОГО ОБОРОТУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ ЯК:

1. відношення коефіцієнта оборотності оборотних активів та коефіцієнта завантаження;
2. відношення середньорічного залишку оборотних активів та реалізованої за рік продукції;
3. кількість оборотів за розрахунковий період часу поділені на тривалість періоду в днях;
4. відношення тривалості періоду в днях до коефіцієнта оборотності оборотних активів;
5. відношення реалізованої за рік продукції та середньорічного залишку оборотних активів.

31. МЕТОЮ НОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ Є:

1. розрахунок розміру коштів, що вкладаються в мінімальний запас товарно-матеріальних цінностей;
2. визначення раціонально розміру оборотних активів, що відволікаються на певний період у сферу виробництва та сферу обігу;
3. визначення страхових запасів;
4. розрахунок коштів, що необхідні для оновлення основних засобів підприємства;
5. усі відповіді вірні.

32. ОБОРОТНІ АКТИВИ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ТИМ ЕФЕКТИВНІШЕ, ЧИМ:

1. більше коефіцієнт оборотності;
2. більше тривалість одного обороту;
3. менше коефіцієнт оборотності;
4. більше коефіцієнт завантаження оборотних активів;
5. коефіцієнт оборотності більший за коефіцієнт завантаження.

33. ПРИСКОРЕННЯ ОБОРОТНОСТІ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗА ІНШИХ РІВНИХ УМОВ:

1. не зробить впливу на рентабельність;
2. спричинить зменшення рівня рентабельності;
3. спричинить зростання загальної рентабельності;
4. призведе до зменшення обсягу виготовленої продукції;
5. немає правильної відповіді.

34. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗНАХОДИТЬ ВІДОБРАЖЕННЯ В:

1. уповільненні їх оборотності;
2. збільшенні розміру їх споживання;
3. підтримці стабільності їх оборотності;
4. прискоренні їх оборотності;
5. немає вірної відповіді.

35. ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ МОЖЛИВО ЗА РАХУНОК ТАКИХ ЗАХОДІВ:

1. економія матеріальних ресурсів;
2. зменшення виробничих запасів, поліпшенням організації матеріально-технічного постачання;
3. зменшення строків виготовлення продукції;
4. удосконалення розрахунків із замовниками;
5. всі відповіді правильні.

36. ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. плановий обсяг випуску продукції, необхідні виробничі потужності та матеріальні ресурси;
2. система планових завдань із виробництва й доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та у встановлені строки згідно з договорами поставок;
3. планова виробнича потужність та планова потреба у матеріальних ресурсах;
4. плановий обсяг виробництва та реалізації продукції згідно потреб ринку;
5. всі відповіді правильні.

37. АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:

1. різновиди виробів в межах даної номенклатури;
2. перелік виробів за назвами;
3. склад і співвідношення виробів у загальному обсязі;
4. перелік видів продукції, що виробляється;
5. усі визначення правильні.

38. НОМЕНКЛАТУРА ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. перелік видів продукції, що розробляються для виготовлення;

2. співвідношення окремих виробів у їх загальному обсязі;
3. план виробництва та збуту продукції;
4. перелік окремих видів продукції;
5. усі визначення правильні.

**39. ВАЛОВА ПРОДУКЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ХАРАКТЕРИЗУЄ:**

1. весь обсяг виробленої продукції, готової до реалізації;
2. товарну продукцію усіх підрозділів підприємства;
3. чисту продукцію, збільшену на обсяги матеріальних витрат;
4. весь обсяг виробленої продукції з урахуванням приросту незавершеного виробництва та залишків напівфабрикатів;
5. вартість реалізованої продукції за мінусом виробничої собівартості.

**40. ВАЛОВИЙ ОБОРОТ ПІДПРИЄМСТВА ХАРАКТЕРИЗУЄ:**

1. загальний обсяг продукції, що виготовлена всіма підрозділами підприємства незалежно від призначення;
2. обсяг реалізованої продукції та залишків готової продукції на складах підприємства;
3. загальний обсяг товарної продукції;
4. обсяг товарної продукції на кінець періоду;
5. різницю валової продукції на початок та кінець періоду.

**41. ЧИСТА ПРОДУКЦІЯ – ЦЕ:**

1. новостворена підприємством вартість;
2. продукція, що виготовлена тільки з матеріалів і напівфабрикатів цього підприємства;
3. продукція, що виготовлена без виробничої кооперації з іншими підприємствами;
4. продукція, що виготовлена понад державне замовлення;
5. товарна продукція без врахування матеріальних витрат.

**42. ДО СКЛАДУ ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ НЕ ВХОДИТЬ:**

1. вартість сировини;
2. вартість матеріалів;
3. вартість електроенергії;
4. сума амортизаційних відрахувань;
5. усе перелічене.

**43. ДОДАТКОВУ ВАРТІСТЬ, СТВОРЕНУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА ПЕВНИЙ ПЕРІОД ВІДБИВАЄ ПОКАЗНИК:**

1. нормативно-чистої продукції;
2. умовно-чистої продукції;
3. реалізованої продукції;
4. чистої продукції;
5. товарної продукції.

44. НОРМАТИВ ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ:

1. валову продукцію за вирахуванням прямих матеріальних витрат;
2. заробітну плату з відрахуваннями на соцстрах і нормативний прибуток;
3. валову продукцію за вирахуванням заробітної плати, відрахувань до бюджету і нормативного прибутку;
4. амортизаційні відрахування;
5. заробітну плату основних та допоміжних робітників.

45. ОБСЯГ ВИРОБЛЕНОЇ ТА ВІДВАНТАЖЕНОЇ СПОЖИВАЧЕВІ ПРОДУКЦІЇ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. чисту продукцію;
2. валову продукцію;
3. реалізовану продукцію;
4. товарну продукцію;
5. спожиту продукцію.

46. НА ВЕЛИЧИНУ НЕЗАВЕРШЕНОГО ВИРОБНИЦТВА ВПЛИВАЄ:

1. тривалість виробничого циклу;
2. коефіцієнт наростання затрат під час виготовлення одиниці продукції;
3. обсяг виробництва продукції;
4. собівартість одиниці виробу;
5. усі відповіді правильні.

47. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ — ЦЕ:

1. її здатність задовольняти певні потреби споживачів у відповідності до призначення;
2. кількісна характеристика ступеня придатності продукції для задоволення конкретного попиту у ній;
3. сукупність властивостей виробу, які визначають його термін експлуатації;
4. відповідність її стандартам;
5. дотримання технології виробництва.

48. ОДИНИЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ:

1. групу властивостей виробу;
2. рівень якості сукупної продукції підприємства;
3. кількість властивостей виробу;
4. спосіб вимірювання;
5. стадію визначення значень показників.

49. СЕРТИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:

1. процедура, за допомогою якої третя сторона дає письмову гарантію, що продукція, процес чи послуга відповідають встановленим вимогам;
2. створення системи єдиних правил, норм та вимог до продукції (послуги, процесу);

3. процес випробувань продукції з метою підтвердження її конкурентоспроможності;
4. діяльність з метою досягнення оптимального рівня впорядкування в певній галузі;
5. всі відповіді правильні.

50. СЕРТИФІКАТ ВІДПОВІДНОСТІ – ЦЕ ДОКУМЕНТ, ЯКИЙ:

1. засвідчує високий попит на продукцію;
2. підтверджує відповідність сертифікованої продукції вимогам нормативних актів і конкретних стандартів або інших нормативних документів по стандартизації;
3. засвідчує право власності на продукцію;
4. є необхідним для реалізації продукції на міжнародних ринках;
5. підтверджує рівень конкурентоспроможності продукції.

51. ЕКОНОМІЧНІ ВИТРАТИ ЯВЛЯЮТЬ СОБОЮ:

1. грошові платежі постачальникам ресурсів; оплату сировини, палива, заробітну плату, амортизаційні відрахування;
2. всі види виплат постачальникам за сировину та матеріали;
3. усі види виплат підприємства;
4. витрати, що відображають використання ресурсів, що не належать власнику підприємства;
5. витрати, які мають неявний характер та відбивають використання у виробництві ресурсів, які належать власникам підприємства.

52. ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА ПРЯМІ ТА НЕПРЯМІ ЗА:

1. економічним характером витрат;
2. ступенем їх однорідності;
3. за доцільністю використання;
4. способом перенесення вартості на продукцію;
5. реакцією витрат на зміну обсягу виробництва.

53. ЗА ЯКОЮ ОЗНАКОЮ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗПОДІЛЯЮТЬ НА ПОСТІЙНІ ТА ЗМІННІ?

1. за економічним характером витрат;
2. залежно від об'єкта калькулювання витрат;
3. за характером віднесення на об'єкт калькулювання витрат;
4. за ступенем впливу обсягів виробництва;
5. залежно від масштабів реалізації.

54. ЗМІННІ ВИТРАТИ – ЦЕ:

1. витрати, безпосередньо пов'язані з виробництвом певного різновиду продукції;
2. витрати, які прямо обчислюються на одиницю продукції;
3. витрати, загальна сума яких за певний час не залежить від обсягу

виготовленої продукції;

4. витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції;
5. витрати, які не залежать від зміни цін на вхідні ресурси.

**55. ЗА ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ВИТРАТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:**

1. витрати операційної діяльності та витрати на фінансові операції;
2. витрати звичайної діяльності та надзвичайні витрати;
3. витрати операційної діяльності ті іншої звичайної діяльності;
4. витрати на збут, адміністративні витрати;
5. виробничі та невиробничі витрати.

**56. ЗА ВІДНОШЕННЯМ ДО ВИДУ АКТИВІВ, ЯКІ ФОРМУЮТЬСЯ, ВИТРАТИ ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:**

1. прості та комплексні;
2. виробничі та невиробничі;
3. довгострокові, поточні, майбутніх періодів;
4. основні та накладні;
5. економічні елементи та калькуляційні статті.

**57. СОБІВАРТІСТЬ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ – ЦЕ:**

1. витрати праці на виробництво і реалізацію продукції;
2. виражені в грошовій формі витрати на основні матеріали;
3. витрати на реалізацію продукції;
4. витрати підприємства на виробництво продукції, що виражені у грошовій формі;
5. витрати на виробництво і прибуток підприємства.

**58. ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ:**

1. всі витрати підприємства на виробництво продукції плюс витрати на її реалізацію;
2. прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, розподілені загальноновиробничі витрати;
3. прямі та непрямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці;
4. загальноновиробничі витрати та витрати на збут;
5. прямі матеріальні витрати та витрати на організацію виробничого процесу.

**59. ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧІ ВИТРАТИ - ЦЕ:**

1. усі види виплат підприємства постачальникам за ті ресурси, що були використані;
2. витрати пов'язані з організацією виробництва у цехах і дільницях;
3. грошові платежі постачальникам ресурсів: оплату сировини, палива, заробітну плату, амортизаційні відрахування;
4. витрат на виробництво продукції;
5. немає правильної відповіді.



60. ВИРОБНИЧА СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ВКЛЮЧАЄ УСІ ВИТРАТИ:

1. підприємства на виробництво продукції плюс витрати на їх реалізацію;
2. одного виробничого підрозділу на виробництво продукції;
3. підприємства на виробництво продукції;
4. підприємства на виробництво продукції без витрат на їх реалізацію;
5. усі відповіді неправильні.

61. КАЛЬКУЛЮВАННЯ – ЦЕ ОБЧИСЛЕННЯ СОБІВАРТОСТІ:

1. валової продукції;
2. товарної продукції;
3. реалізованої продукції;
4. окремих виробів;
5. всі відповіді правильні.

62. КАЛЬКУЛЯЦІЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СКЛАДАЄТЬСЯ:

1. за статтями витрат;
2. в розрізі комплексних статей;
3. за економічними елементами;
4. на визначений період;
5. всі відповіді правильні.

63. ПРОДУКЦІЯ (РОБОТА, ПОСЛУГА), СОБІВАРТІСТЬ ЯКОЇ ОБЧИСЛЮЄТЬСЯ – ЦЕ:

1. калькуляційна одиниця;
2. об'єкт калькулювання;
3. стаття калькуляції;
4. методи калькулювання;
5. немає правильної відповіді.

64. ОДИНИЦЯ КІЛЬКІСНОГО ВИМІРЮВАННЯ ОБ'ЄКТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ – ЦЕ:

1. калькуляційна одиниця;
2. калькуляційна стаття;
3. об'єкт калькулювання;
4. методи калькулювання;
5. немає правильної відповіді.

65. КАЛЬКУЛЯЦІЇ, ЩО СТОСУЮТЬСЯ НОВИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ, РОБІТ ТА ПОСЛУГ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ВІДПУСКНИХ ЦІН НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. кошторисні;
2. планові;
3. нормативні;
4. звітні;
5. немає правильної відповіді.

66. ОСНОВНИМИ ШЛЯХАМИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ Є:

1. збільшення обсягу реалізації;
2. скорочення і ліквідація браку;
3. зростання продуктивності праці;
4. економне використання матеріальних ресурсів;
5. всі відповіді правильні.

67. ЦІНА – ЦЕ:

1. норма обміну товару на інший товар;
2. грошовий вираз вартості товару, що відображає його споживчу корисність в конкретних ринкових умовах;
3. грошове вираження витрат підприємства на збут продукції;
4. грошове вираження суми витрат виробництва і непрямих податків;
5. всі відповіді правильні.

68. ДО ФУНКЦІЇ ЦІНИ НЕ ВІДНОСЯТЬ:

1. обліково-інформаційну;
2. соціальну;
3. розподільчу;
4. регулюючу;
5. стимулюючу.

69. ЯКА ФУНКЦІЯ ЦІНИ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ПЕРЕРОЗПОДІЛ РЕСУРСІВ, ДОХОДІВ І ФІНАНСІВ У СУСПІЛЬСТВІ:

1. розподільча;
2. обліково-інформаційна;
3. стимулююча;
4. регулююча;
5. немає правильної відповіді.

70. ЗАБЕЗПЕЧУЄ ЗБАЛАНСУВАННЯ МІЖ ПОПИТОМ ТА ПРОПОЗИЦІЄЮ ФУНКЦІЯ:

1. обліково-інформаційна;
2. регулююча;
3. стимулююча;
4. розподільча;
5. немає правильної відповіді.

71. ДО ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ОБСЯГ ПРОПОЗИЦІЇ ТОВАРУ ВІДНОСЯТЬ:

1. рівень поточних витрат на виготовлення продукції;
2. науково-технічний прогрес;
3. рівень монополізації товару;
4. цінова політика виробника товару;
5. всі відповіді правильні.

72. ГУРТОВА ЦІНА ПІДПРИЄМСТВА ВИЗНАЧАЄТЬСЯ НА ОСНОВІ СОБІВАРТОСТІ:

1. індивідуальної;
2. зональної;
3. середньогалузевої;
4. регіональної;
5. національної.

73. РОЗДРІБНА ЦІНА ВКЛЮЧАЄ:

1. ціну гуртової організації;
2. надбавки торгової мережі;
3. витрати торгової організації;
4. ПДВ;
5. всі відповіді правильні.

74. ЦІНА ПІДПРИЄМСТВА БЕЗ ПДВ СКЛАДАЄТЬСЯ З:

1. собівартості підприємства;
2. постачальницько-збутової націнки;
3. прибутку підприємства;
4. собівартості та прибутку підприємства;
5. правильної відповіді немає.

75. РОЗДРІБНА ЦІНА ПРОДУКЦІЇ ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ГУРТОВОЇ ЦІНИ НА ВЕЛИЧИНУ:

1. надбавки гуртової організації;
2. витрат гуртової організації;
3. надбавки та витрат торгової організації;
4. ПДВ підприємства;
5. ПДВ торгової організації.

76. ГУРТОВА ЦІНА ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ ВІД ЦІНИ ПІДПРИЄМСТВА НА ВЕЛИЧИНУ:

1. торгової надбавки;
2. надбавки та витрат гуртової організації;
3. постачальницько-збутової націнки;
4. прибутку підприємства;
5. ПДВ.

77. ЦІНИ ПУБЛІЧНОГО ПРОДАЖУ ЗА МАКСИМАЛЬНО ЗАПРОПОНОВАНИМ РІВНЕМ НАЗИВАЮТЬСЯ:

1. аукціонні;
2. тендерні;
3. біржові;
4. ціни торгів;
5. немає правильної відповіді.

78. ДЕРЖАВА КУПУЄ ПРОДУКЦІЮ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ЗА ТАКИМИ ЦІНАМИ:

1. виробничими;
2. гуртовими;
3. закупівельними;
4. роздрібними;
5. фіксованими.

79. НИЖЧОЮ ЗА СОБІВАРТІСТЬ ВСТАНОВЛЮЄТЬСЯ ЦІНА:

1. монопольна;
2. постійна;
3. демпінгова;
4. фіксована;
5. тендерна.

80. ЯКА ІЗ ЦІН ВКЛЮЧАЄ ОТРИМАНИЙ ЕФЕКТ ВІД ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ:

1. максимальна;
2. мінімальна;
3. роздрібна;
4. гуртова;
5. немає правильної відповіді.

81. МІНІМАЛЬНА ЦІНА ТОВАРУ ВИЗНАЧАЄТЬСЯ:

1. рівнем витрат підприємства та його прибутком;
2. обліком та аналізом витрат;
3. монопольним статусом фірми;
4. повною собівартістю і прибутком підприємства та величиною економічного ефекту;
5. попитом на продукцію.

82. МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ ПРИ ЯКОМУ ДО ВИТРАТ ДОДАЄТЬСЯ ФІКСОВАНИЙ РОЗМІР ПРИБУТКУ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. витрати плюс прибуток;
2. мінімальні витрати;
3. цільове ціноутворення;
4. урахування точки беззбитковості;
5. орієнтований на конкуренцію.

83. МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ, ЯКИЙ ПОЛЯГАЄ В ТОМУ, ЩО ПІДПРИЄМСТВО РОЗРАХОВУЄ ЦІНУ, ВИХОДЯЧИ З МІНІМАЛЬНИХ ВИТРАТ І БЕЗ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. витрати плюс прибуток;
2. мінімальні витрати;
3. цільове ціноутворення;

4. урахування точки беззбитковості;
5. орієнтований на конкуренцію.

84. ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. одержання довгострокових позичок;
2. діяльність, що веде до зміни величини статутного капіталу;
3. фінансування інвестиційних проектів з метою отримання прибутку чи соціального ефекту;
4. діяльність, що веде до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства;
5. отримання дивідендів за корпоративними правами інших емітентів.

85. ДОХІД ПІДПРИЄМСТВА Є:

1. одним з найголовніших показників, які відображають його фінансовий стан;
2. показником, який визначає мету підприємницької діяльності;
3. показником, який характеризує основний результаті діяльності підприємства;
4. збільшенням економічних вигод у вигляді надходжень активів або зменшення зобов'язань;
5. всі відповіді правильні.

86. ЗА ПОВНОТОЮ ТА МІСЦЕМ ВІДОБРАЖЕННЯ ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВА КЛАСИФІКУЮТЬСЯ НА:

1. доходи від операційної та фінансової діяльності;
2. бухгалтерські та приховані доходи;
3. доходи від інвестиційної та інноваційної діяльності;
4. зовнішні та внутрішні доходи;
5. всі відповіді правильні.

87. ЗАГАЛЬНА СУМА ДОХОДУ, ЩО ОТРИМУЄ ПІДПРИЄМСТВО ВІД ВСІХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ У ГРОШОВІЙ, МАТЕРІАЛЬНІЙ І НЕМАТЕРІАЛЬНІЙ ФОРМАХ ЯК НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ, ТАК І ЗА ЇЇ МЕЖАМИ, ЗА ПЕВНИЙ ПРОМІЖОК ЧАСУ – ЦЕ:

1. дохід від участі в капіталі;
2. надзвичайний дохід;
3. валовий дохід;
4. інші фінансові доходи;
5. інші доходи від звичайної діяльності.

88. ЧИСТИЙ ДОХІД (ВИРУЧКА) ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ) – ЦЕ:

1. виручка отримана від реалізації матеріальних цінностей підприємства та послуг невиробничого характеру;
2. різниця між доходами від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та обов'язковими платежами, що входять до ціни товару;

3. дохід від реалізації виготовленої підприємством продукції;
4. дохід від оренди основних засобів та інших необоротних активів;
5. усі відповіді правильні.

89. НАЗВІТЬ ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ВЕЛИЧИНУ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ:

1. амортизація основних засобів;
2. вартість майна підприємства;
3. обсяг виробництва;
4. чисельність працюючих;
5. орендна плата.

90. ДО ДОХОДІВ ВІД ФІНАНСОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬСЯ ДОХОДИ ВІД:

1. реалізації нематеріальних активів;
2. участі в капіталі;
3. реалізації готової продукції;
4. безкоштовно отриманих активів;
5. усі відповіді правильні.

91. ПРИБУТОК – ЦЕ:

1. сума коштів, яку можна вилучити у підприємства, не порушивши його спроможності продовжувати виробництво на незмінному рівні;
2. перевищення доходів звітного періоду над витратами звітного періоду;
3. економічна категорія, що відображає частину суспільного продукту, створеного робітниками у додатковий робочий час, і присвоєна власником підприємства;
4. різниця між реалізаційною ціною продукту та інвестиційними витратами;
5. дохід підприємства.

92. ПЕРЕВИЩЕННЯ ВИТРАТ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ НАД ДОХОДАМИ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ ХАРАКТЕРИЗУЄ:

1. прибуток;
2. валовий дохід;
3. збиток;
4. виручку від реалізації;
5. податок.

93. ПРИБУТОК ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ – ЦЕ:

1. виручка від реалізації продукції;
2. грошове вираження вартості товару;
3. різниця між обсягом реалізованої продукції у вартісному виразі (без ПДВ та акцизу) та собівартістю;
4. сума валового прибутку та інших операційних доходів без адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат;

5. чистий прибуток підприємства.

94. ВАЛОВИЙ ПРИБУТОК (ЗБИТОК) – ЦЕ:

1. чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за мінусом собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);
2. виручка від реалізації за мінусом адміністративних витрат;
3. дохід від підприємницької діяльності;
4. сума доданої вартості;
5. прибуток від діяльності підсобних господарств.

95. ЧИСТИЙ ПРИБУТОК – ЦЕ:

1. фінансовий результат від звичайної діяльності скоригований на доходи та витрати від надзвичайної діяльності;
2. загальна сума прибутку підприємства за всіма видами виробничої і невиробничої діяльності;
3. валовий прибуток підприємства без ПДВ та акцизу;
4. валовий прибуток за мінусом податків;
5. немає правильної відповіді.

96. РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ – ЦЕ:

1. абсолютний показник ефективної діяльності підприємства;
2. чистий прибуток підприємства;
3. відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність роботи підприємства;
4. дохід підприємства;
5. відношення витрат до прибутку.

97. ПОКАЗНИКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИЗНАЧАЮТЬ ЯК:

1. частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства;
2. суму всіх доходів підприємства;
3. різницю між виручкою та прямими витратами;
4. відношення валових витрат на виробництво до обсягу товарної продукції;
5. відношення різноманітних видів прибутків до витрат на їх отримання.

98. ЗАГАЛЬНА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. одержуваний підприємством прибуток;
2. відносна дохідність або прибутковість, що вимірюється у відсотках до витрат коштів або капіталу;
3. відношення валового (чистого) прибутку до сумарної величини активів підприємства;
4. відношення прибутку до середньорічної вартості основних засобів;
5. прибуток на 1 грн. обсягу реалізованої продукції.

99. ЕФЕКТИВНІСТЬ – ЦЕ:

1. співвідношення витрат та ефекту підприємства;
2. досягнення високих результатів;
3. співвідношення результатів і сукупних витрат (ресурсів);
4. співвідношення сукупних витрат і результатів;
5. всі відповіді правильні.

100. СПІВВІДНОШЕННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТА СУКУПНИХ ВИТРАТ НА ЇЇ ВИРОБНИЦТВО – ЦЕ:

1. ефективність виробництва продукції;
2. ефективність використання окремих видів ресурсів;
3. ефективність діяльності;
4. ефективність підприємства;
5. всі відповіді правильні.



### **3. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ»**

1. ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ, ПРИЗНАЧЕНИМИ ДЛЯ КІНЦЕВОГО СПОЖИВАННЯ В ОСОБИСТИХ, СІМЕЙНИХ І ДОМАШНІХ ЦІЛЯХ АБО ДЛЯ ІНШОГО, НЕ ПОВ'ЯЗАНОГО З ПРОДАЖЕМ, ВИКОРИСТАННЯ ТА НАДАННЯ ПОВ'ЯЗАНИХ З ЦИМ СУПУТНІХ ПОСЛУГ ЯВЛЯЄ СОБОЮ:

1. торгівельне обслуговування населення;
2. внутрішню торгівлю;
3. оптову торгівлю;
4. роздрібну торгівлю;
5. роздрібну торгівлю.

2. ДО ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. забезпечення товарного асортименту;
2. безпосереднє спілкування із споживачем;
3. реалізація товарів невеликими партіями, дроблення вхідних партій товарів;
4. реалізація товарів оптовими партіями;
5. позареалізаційне обслуговування споживачів.

3. ДО ОСНОВНИХ ФОРМ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. мережева;
2. магазинна, позамагазинна;
3. складська форма оптової торгівлі;
4. ярмаркова, виставкова;
5. дистанційна.

4. ТОРГІВЕЛЬНИЙ ЗАКЛАД, ЯКИЙ ЗАЙМАЄ ПЛОЩУ ВІД 10 ДО 25 ТИС. М<sup>2</sup> І ОБ'ЄДНУЄ В СОБІ ПРИНЦИПИ СУПЕРМАРКЕТУ, МАГАЗИНУ ЗНИЖЕНИХ ЦІН І ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ – ЦЕ:

1. гіпермаркет;
2. магазин «викидних цін»;
3. дискаунт;
4. універмаг;
5. кіоск.

5. ДВА АБО БІЛЬШЕ МАГАЗИНІВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ, ЯКІ МАЮТЬ ОДНОГО ВЛАСНИКА І ЄДИНИЙ ЦЕНТРАЛІЗОВАНИЙ КОНТРОЛЮЮЧИЙ ОРГАН, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ ЗАКУПІВЛІ ТОВАРІВ І ПРОПОНУЮТЬ СХОЖИЙ АСОРТИМЕНТ ПРОДУКЦІЇ ЯВЛЯЮТЬ СОБОЮ:

1. роздрібний кооператив;
2. франчайзингову організацію;
3. корпоративну мережу магазинів;
4. споживчий кооператив;
5. гіпермаркет.

6. ФОРМА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ, ЩО ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ЧЕРЕЗ УНІВЕРМАГИ, СУПЕРМАРКЕТИ, СУПЕРСТОРИ ТОЦО – ЦЕ:

1. дистанційна торгівля;
2. позамагазинна;
3. магазинна;
4. мережева;
5. ярмаркова;

7. РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ, ЩО ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ЧЕРЕЗ НЕСТАЦІОНАРНІ ТА ПЕРЕНОСНІ ОБ'ЄКТИ ТОРГІВЛІ (КІОСКИ, ПАВІЛЬЙОНИ, ТОРГОВІ АВТОМАТИ ТОЦО) – ЦЕ:

1. дистанційна торгівля;
2. позамагазинна;
3. магазинна;
4. мережева;
5. ярмаркова.

8. ОРГАНІЗАЦІЙНО ВІДОКРЕМЛЕНА ТА ЕКОНОМІЧНО САМОСТІЙНА ЛАНКА СФЕРИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА, ЩО ЗАЙМАЄТЬСЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ПРОДУКЦІЇ АБО ВИКОНУЄ ПЕВНІ РОБОТИ ЧИ НАДАЄ ПЛАТНІ ПОСЛУГИ – ЦЕ:

1. торговельне підприємство;
2. франчайзингова організація;
3. оптова база;
4. спільне підприємство;
5. консалтингова фірма.

9. ОРГАНІЗАЦІЙНО-СТРУКТУРНІ ПОБУДОВИ РІЗНИХ ФОРМ І СИСТЕМ ТОРГІВЛІ ХАРАКТЕРИЗУЮТЬСЯ:

1. уніфікованістю;
2. стандартизованістю;
3. високим рівнем централізації управління;
4. значною різноманітністю та відсутністю централізації управління, функцій, ресурсів;
5. бюрократизмом.

10. МЕРЕЖА ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЯКА ЗАБЕЗПЕЧУЄ ТОРГОВЕЛЬНИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ СПЕЦІАЛЬНИЙ КОНТИНГЕНТ СПОЖИВАЧІВ (СТУДЕНТІВ, ВІЙСЬКОВИКІВ, РОБІТНИКІВ, ПРАЦІВНИКІВ РЕЖИМНИХ УСТАНОВ) І НЕ Є ЗАГАЛЬНОДОСТУПНОЮ – ЦЕ:

1. система кооперативної торгівлі Укоопспілки;
2. організований сектор внутрішньої торгівлі;
3. фірмова торгівля;
4. система соціально орієнтованої торгівлі;

5. оптовий ринок.

11. ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ, ПРИЗНАЧЕНИМИ ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО ЇХ ПРОДАЖУ АБО ВІДПОВІДНОГО ПЕРЕТВОРЕННЯ З МЕТОЮ ПРОДАЖУ ТА НАДАННЯ ПОВ'ЯЗАНИХ З ЦИМ ПОСЛУГ – ЦЕ:

1. оптова торгівля;
2. роздрібна торгівля;
3. логістика;
4. торгівельне обслуговування населення;
5. післяреалізаційне сервісне обслуговування.

12. ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ (ТОВАРОВИРОБНИКАМИ, ОПТОВИМИ І РОЗДРІБНИМИ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ, КОМЕРЦІЙНИМИ ПОСЕРЕДНИКАМИ) СТОСОВНО КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ВЕЛИКИХ ПАРТІЙ ТОВАРУ АБО КОМПЛЕКСУ ПОСЛУГ – ЦЕ:

1. виставкова торгівля;
2. роздрібна торгівля;
3. комісійна торгівля;
4. оптова торгівля;
5. інтернет-торгівля.

13. ПЕРЕТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧОГО ВЕЛИКОСЕРІЙНОГО АСОРТИМЕНТУ В ТОРГОВЕЛЬНИЙ, АДАПТОВАНИЙ ДО РЕАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ НАЯВНОЇ РОЗДРІБНОЇ ТА ДРІБНОРОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ – ЦЕ ФУНКЦІЯ:

1. виставкової торгівлі;
2. роздрібною торгівлі;
3. комісійною торгівлі;
4. оптовою торгівлі;
5. інтернет-торгівлі.

14. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ ТРАНСПОРТУВАННЯ ВАНТАЖІВ, СЕЗОННЕ І ТИМЧАСОВЕ ЗБЕРІГАННЯ НА ГУРТОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ, ФАСУВАННЯ І ПІДСОРТУВАННЯ, ПОДРІБНЕННЯ І РОЗУКОМПЛЕКТУВАННЯ ТОВАРНИХ ПАРТІЙ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ КЛІЄНТІВ СПОЖИВЧОГО РИНКУ Є ДОПОМІЖНИМИ ФУНКЦІЯМИ:

1. магазину;
2. торгівельного обслуговування населення;
3. оптовою торгівлі;
4. роздрібною торгівлі;
5. інтернет-торгівлі.

15. ФОРМАМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ Є:

1. пряма і посередня;
2. пряма і опосередкована;
3. реалізаційна і післяреалізаційна;
4. функціональна і не функціональна;
5. транзитна.

16. ФОРМА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЯКА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ТОВАРОВИРОБНИКАМИ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ВЛАСНОЇ ПРОДУКЦІЇ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДЛЯ ЇЇ ПРОДАЖУ В РОЗДРІБНІЙ МЕРЕЖІ – ЦЕ:

1. опосередкована;
2. пряма;
3. двостороння;
4. комісійна;
5. після реалізаційна.

17. ФОРМА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЯКА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЯКІ НАБУВАЮТЬ ПРАВО ВЛАСНОСТІ НА ТОВАР ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДЛЯ ЇЇ ПРОДАЖУ В РОЗДРІБНІЙ МЕРЕЖІ – ЦЕ:

1. опосередкована, або комісійна;
2. пряма;
3. двостороння;
4. виставкова;
5. аукціонна.

18. ОПТОВИМИ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПОСЕРЕДНИКАМИ НЕ МОЖУТЬ БУТИ:

1. дрібні магазини роздрібної торгівлі;
2. суб'єкти господарювання, які мають власні або орендовані складські приміщення і здійснюють повний цикл обслуговування партнерів (як постачальників, так і покупців);
3. суб'єкти господарювання, які не мають складських приміщень надають обмежений набір послуг партнерам (маркетингові, інформаційні, консультаційні послуги, послуги з фасування, підсортування, зберігання, пакування, доставки тощо);
4. суб'єкти господарювання, які здійснюють реалізацію товару за договором комісії або за іншими договорами;
5. кіоски.

19. ПІДПРИЄМСТВО ПІДГАЛУЗІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЯКЕ МАЄ ЕКОНОМІЧНІ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА ЮРИДИЧНІ ОЗНАКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ВІД ВЛАСНОГО ІМЕНІ І ЗА ВЛАСНИЙ КОШТ НАБУВАЄ ПРАВА ВЛАСНОСТІ ПА ПРИДБАНІ ПАРТІЇ ТОВАРІВ, СПЕЦІАЛІЗУЄТЬСЯ НА ВЕДЕННІ ОПТОВОГО ТОРГУ І МАЄ НЕОБХІДНІ

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПОВНОГО КОМПЛЕКСУ ЗАКУПІВЕЛЬНО-ЗБУТОВИХ І СКЛАДСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ Є:

1. роздрібним торговельним підприємством;
2. оптовим (гуртовим) торговельним підприємством;
3. магазином;
4. супермаркетом;
5. складом.

20. НАЙБІЛЬШ ПОТУЖНІ ЗА ОБСЯГАМИ ДІЯЛЬНОСТІ АБО ПРОВІДНІ В КОНКРЕТНОМУ СЕГМЕНТІ ТОВАРНОГО РИНКУ СУБ'ЄКТИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ ОПТОВІ ОПЕРАЦІЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ПРАКТИЧНО В УСІХ РЕГІОНАХ ДЕРЖАВИ – ЦЕ:

1. оптові підприємства локального значення;
2. оптові підприємства національного значення;
3. оптові підприємства міжрегіонального і регіонального рівня;
4. оптові підприємства місцевого значення;
5. спільні підприємства.

21. НЕВЕЛИКІ ЗА ОБСЯГАМИ ОПТОВОГО ОБОРОТУ СКЛАДИ, ПОКЛИКАНІ ОБСЛУГОВУВАТИ ПОТРЕБИ ВІДОМЧОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ (ТОВАРНІ СКЛАДИ РАЙОННИХ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ) АБО НЕВЕЛИКОЇ КІЛЬКОСТІ АСОЦІЙОВАНИХ ЧЛЕНІВ – ЦЕ:

1. оптові підприємства локального значення;
2. оптові підприємства національного значення;
3. оптові підприємства міжрегіонального і регіонального рівня;
4. оптові підприємства місцевого значення;
5. складські бази.

22. НАЙЧИСЛЕННІШУ ГРУПУ ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СТАНОВЛЯТЬ:

1. вихідні бази промисловості;
2. торговельні склади і бази;
3. торговельно-закупівельні оптові підприємства;
4. крупно-оптові закупівельні;
5. роздрібні підприємства.

23. ЗА ЗАГАЛЬНОЮ ТОВАРНОЮ СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ ОПТОВІ ТОРГОВЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. консигнаційні, комісійні, дилерські, дистриб'юторні, агентські, брокерські, маклерські;
2. виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні і постачальницько-збутові;
3. універсальні, спеціалізовані і змішані;
4. оптово-торговельні і оптово-роздрібні;

5. дистриб'юторні, агентські, брокерські, маклерські.

24. ВІДПОВІДНО ДО РОЛІ В ПРОЦЕСІ ТОВАРОПРОСУВАННЯ І ЗВ'ЯЗКУ ЗІ СФЕРАМИ ВИРОБНИЦТВА ТА ОБМІНУ ОПТОВІ ТОРГОВЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬСЯ НА:

1. консигнаційні, комісійні, дилерські;
2. виробничо-торговельно-сервісні, виробничо-торговельні і постачальницько-збутові;
3. універсальні, спеціалізовані і змішані;
4. оптово-торговельні і оптово-роздрібні;
5. дистриб'юторні, агентські, брокерські, маклерські.

25. ОПТОВІ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ СУКУПНІСТЬ КОМЕРЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ З УНІВЕРСАЛЬНИМ, ШИРОКИМ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДОВОЛЬЧИХ АБО НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ Є:

1. спеціалізованими;
2. змішаними;
3. допоміжними;
4. універсальними;
5. роздрібними.

26. ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЩО ОПЕРУЮТЬ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ У МЕЖАХ ОДНІЄЇ-ДВОХ ТОВАРНИХ ГРУП Є:

1. спеціалізованими;
2. змішаними;
3. допоміжними;
4. універсальними;
5. широкоасортиментними.

27. ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ОПТОВИХ ФОРМУВАНЬ ПОЛЯГАЮТЬ У:

1. безперебійному забезпеченні потреб товаровиробників у збуті і роздрібних торговців у постачанні товарами;
2. наданні своїм партнерам комплексу організаційно-технологічних послуг;
3. забезпеченні організаційно-методичні засад діяльності інших господарських формувань оптової торгівлі;
4. надання маркетингових, інформаційних, консультаційних послуг;
5. рекламній діяльності.

28. ДОПОМІЖНІ ФУНКЦІЇ ОПТОВИХ ФОРМУВАНЬ ПОЛЯГАЮТЬ У:

1. безперебійному забезпеченні потреб товаровиробників у збуті і роздрібних торговців у постачанні товарами;
2. наданні своїм партнерам комплексу організаційно-технологічних послуг;
3. забезпеченні організаційно-методичні засад діяльності інших господарських формувань оптової торгівлі;

4. надання маркетингових, інформаційних, консультаційних послуг;
5. післяреалізаційному обслуговування споживачів.

29. ОСНОВНИМ СУБ'ЄКТОМ ПІДГАЛУЗИ ГУРТОВОЇ ТОРГІВЛІ Є:

1. роздрібне підприємство;
2. магазин;
3. оптове підприємство;
4. біржа;
5. кіоск.

30. ОСНОВНОЮ УМОВОЮ ВІДНЕСЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ЧИСЛА ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ Є

1. фактична наявність у нього власних або орендованих складських приміщень;
2. юридична і господарська самостійність;
3. вузька спеціалізація;
4. орієнтація на оптові ринки;
5. роздрібна торгівля.

31. ДО КОМЕРЦІЙНИХ ФУНКЦІЙ ОПТОВИХ ТОРГОВЦІВ НЕ НАЛЕЖАТЬ:

1. планування, організація і проведення оптових закупівель товарів;
2. організація товаропостачання і здійснення оптового продажу;
3. рекламно-інформаційне забезпечення гуртової торгівлі;
4. реалізація товарів невеликими партіями, дроблення вхідних партій товарів;
5. транспортування оптових партій товарів.

32. ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОЦЕС ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА - ЦЕ:

1. вивчення кон'юнктури й окремих сегментів товарного ринку;
2. складний комплекс взаємозв'язаних операцій комерційного і технологічного характеру, які здійснюються над товарами на складах оптових та/або роздрібних торговельних підприємств;
3. сукупність операцій транспортного забезпечення товарного руху;
4. створення системи надання до- і післяреалізаційних послуг;
5. рекламна діяльність.

33. СУКУПНІСТЬ ФУНКЦІОНАЛЬНО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗАНИХ СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ, ДІЛЯНОК І СЛУЖБ, ПОКЛИКАНИХ ЗАБЕЗПЕЧУВАТИ ОСНОВНІ, ДОПОМІЖНІ І ОБСЛУГОВУЮЧІ НАПРЯМИ КОМЕРЦІЙНО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ::

1. оптовий склад;
2. виробнича структура підприємства;
3. організаційна структура оптового підприємства;
4. соціальна структура оптового підприємства;
5. магазин.

34. ВЕЛИКІ ЗА РОЗМІРАМИ ОПТОВІ СКЛАДИ З РОЗШИРЕНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ, ЯКІ ОБСЛУГОВУЮТЬ СВОЇХ ПОСТІЙНИХ КЛІЄНТІВ (ЧЛЕНІВ) ЗА ЗНИЖЕНИМИ ДИСКОНТНИМИ ЦІНАМИ АБО ОБУМОВЛЮЮТЬ СУМУ ЗНИЖКИ ЗАГАЛЬНОЮ ВАРТІСТЮ ПОКУПКИ – ЦЕ:

1. складські клуби;
2. гуртовні;
3. продуктові гастрономи;
4. виставки-продажі;
5. кіоски.

35. ПИТОМА ВАГА РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ЗА ПОСЕРЕДНИЦТВОМ ОРГАНІЗАЦІЙ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В ЗАГАЛЬНОМУ ОБСЯЗІ ПРОДУКЦІЇ, ЯКА ВІДВАНТАЖУЄТЬСЯ ВИРОБНИКАМИ, СТАНОВИТЬ БЛИЗЬКО:

1. 25%;
2. 55%;
3. 100%;
4. 75%;
5. 10%.

36. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ПОЛЯГАЄ В НАДАННІ КОМЕРЦІЙНИМ АГЕНТОМ ПОСЛУГ СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ НИМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ ПОСЕРЕДНИЦТВА ВІД ІМЕНІ, В ІНТЕРЕСАХ, ПІД КОНТРОЛЕМ І ЗА РАХУНОК СУБ'ЄКТА, ЯКОГО ВІН ПРЕДСТАВЛЯЄ Є:

1. виробничою діяльністю;
2. комерційним посередництвом (агентською діяльністю);
3. банківською діяльністю;
4. роздрібною торгівлею;
5. сервісним обслуговуванням.

37. ОСОБИ (ЮРИДИЧНІ АБО ФІЗИЧНІ), ЩО ПРЕДСТАВЛЯЮТЬ НА РИНКУ ІНТЕРЕСИ ВИРОБНИКІВ ЧИ СПОЖИВАЧІВ – ЦЕ:

1. банкіри;
2. біржові маклери;
3. посередники;
4. інтернет-магазини;
5. кіоски.

38. ФІЗИЧНА АБО ЮРИДИЧНА ОСОБА, ЯКА ВЧИНЯЄ ОПЕРАЦІЇ АБО ВИКОНУЄ ДІЛОВІ ДОРУЧЕННЯ ІНШОЇ ОСОБИ (ПРИНЦИПАЛА) ЗА ЙОГО РАХУНОК ВІД ЙОГО ІМЕНІ НА ВІДНОСНО ПОСТІЙНІЙ ОСНОВІ, ЩО НЕ ПРИЙМАЄ НА СЕБЕ ПРАВА ВЛАСНОСТІ НА ТОВАР – ЦЕ:

1. брокер;
2. агент;
3. маклер;



4. комісіонер;
5. дистриб'ютор.

39. ОСОБА, ЯКА КУПУЄ ТОВАР БЕЗПОСЕРЕДНЬО У ВИРОБНИКА ДЛЯ ПОДАЛЬШОГО ПРОДАЖУ ДИЛЕРА – ЦЕ:

1. торговий маклер;
2. дистриб'ютор;
3. дилер;
4. посил-торговець;
5. маклер.

40. ФІЗИЧНА АБО ЮРИДИЧНА ОСОБА, ЯКА ВЧИНЯЄ ОПЕРАЦІЇ АБО ВИКОНУЄ ДІЛОВІ ДОРУЧЕННЯ ІНШОЇ ОСОБИ (ПРИНЦИПАЛА) ЗА ЙОГО РАХУНОК ВІД ЙОГО ІМЕНІ НА ВІДНОСНО ПОСТІЙНІЙ ОСНОВІ, ЩО НЕ ПРИЙМАЄ НА СЕБЕ ПРАВА ВЛАСНОСТІ НА ТОВАР – ЦЕ:

1. брокер;
2. агент;
3. маклер;
4. комісіонер;
5. дилер.

41. ЗБУТОВИЙ ПОСЕРЕДНИК, ЯКИЙ ЗА ДОРУЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВА НЕ ТІЛЬКИ ПРОДАЄ, А Й ДОСТАВЛЯЄ ТОВАР ПОКУПЦЮ – ЦЕ:

1. комівояжер;
2. дистриб'ютор;
3. дилер;
4. посилторговець;
5. маклер.

42. ОПТОВИК-ПОСЕРЕДНИК, ЯКИЙ ЗАЙМАЄТЬСЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ТОВАРІВ, РОЗСИЛАЮЧИ КАТАЛОГИ ПОТЕНЦІЙНИМ ПОКУПЦЯМ – ЦЕ:

1. комівояжер;
2. дистриб'ютор;
3. дилер;
4. посилторговець;
5. інтернет-магазин.

43. ОСОБА, ЯКА ПРОВОДИТЬ АУКЦІОН, АУКЦІОННІ ТОРГИ, МАЄ ВІДПОВІДНІ ЗНАННЯ ТА НАВИКИ – ЦЕ:

1. мерчендайзер;
2. касир;
3. оптовик-консигнатор;
4. аукціоніст;
5. маклер.

44. СПЕЦІАЛІСТ ІЗ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ В ТОРГОВИХ ТОЧКАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ – ЦЕ:

1. мерчендайзер;
2. касир;
3. оптовик-консигнатор;
4. аукціоніст;
5. логіст.

45. ОДНИМИ З НАЙПОШИРЕНІШИХ РІЗНОВИДІВ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ СТРУКТУР Є.

1. оптові комісiонери;
2. дилерські компанії та фірми;
3. аукціони;
4. оптові нафтобази;
5. універмаги.

46. ЗБУТОВІ АГЕНТИ, ЯКІ МАЮТЬ У НАЯВНОСТІ ТОВАРИ, ПРОДАЮТЬ ЇХ ВІД СВОГО ІМЕНІ, ПРОТЕ ЗА РАХУНОК ВЛАСНИКА І ДО ПОСЛУГ ЯКИХ ВДАЮТЬСЯ ПРОМИСЛОВІ ФІРМИ І КОМПАНІЇ ПРИ ВИНИКНЕННІ НЕОБХІДНОСТІ ЗБУТИ НАДЛИШКИ ТОВАРНИХ ПАРТІЙ – ЦЕ:

1. комiвояжери;
2. комісiонери;
3. аукціоністи;
4. дилери;
5. банкіри.

47. КОРОТКОЧАСНА І ПЕРІОДИЧНО ПОВТОРЮВАНА РЕАЛІЗАЦІЯ ТОВАРІВ, ЯКА ВИРАЖАЄТЬСЯ В УКЛАДЕННІ ДОГОВОРІВ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ НА ОСНОВІ ОГЛЯДУ ЗРАЗКІВ ТОВАРІВ – ЦЕ:

1. ярмаркова торгiвля;
2. аукціонна торгiвля;
3. біржова;
4. виставкова торгiвля;
5. роздрiбна торгiвля.

48. ДО ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ ТОРГІВЛІ НЕ НАЛЕЖАТЬ ФУНКЦІЇ:

1. продовження процесу виробництва у сфері товарного обiгу;
2. надання торгових послуг населенню в процесі реалізації товарів;
3. післяреалізаційне сервісне обслуговування споживачів;
4. доведення товарів до споживачів;
5. торгiвельне обслуговування населення.

49. ТОРГІВЛЯ СОЦІАЛЬНО ЗНАЧУЩИМИ ТОВАРАМИ СПРЯМОВАНА НА:

1. задоволення потреб у товарах та торговельних послугах соціально незахищених громадян;

2. державний контроль і нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил щодо здійснення господарської діяльності у сфері торгівлі;
3. здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції у сфері торгівлі;
4. ліцензування торгівлі окремими видами товарів; підтвердження відповідності продукції, що реалізується на внутрішньому ринку;
5. сервісне обслуговування населення.

**50. ЗДІЙСНЮЮЧИ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ТОРГІВЛІ КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ НЕ МОЖЕ:**

1. вводити обмеження щодо кількості посередників, які здійснюють оптову торгівлю соціально значущими товарами;
2. обмежувати розміри оптової надбавки при здійсненні оптових операцій з соціально значущими товарами;
3. встановлювати обмеження щодо строків розрахунків суб'єктів господарювання сфери торгівлі з постачальниками соціально значущих товарів;
4. обмежувати організаційну самостійність торговельних суб'єктів;
5. регулювати рекламну діяльність.

## **4. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ТОВАРНІ БІРЖІ»**

### **1. ЗА ВИДАМИ БІРЖОВИХ ТОВАРІВ Є ТАКІ БІРЖІ:**

1. відкриті та закриті;
2. публічні. приватні, змішані;
3. товарні, товарно-сировинні, фондові, валютні;
4. універсальні та спеціалізовані;
5. усі відповіді правильні.

### **2. ОБЕРІТЬ ПРАВИЛЬНЕ ТВЕРДЖЕННЯ:**

1. біржа є стаціонарним торговим місцем з фіксованими днями та годинами роботи;
2. біржа є періодичною формою торгівлі з фіксованими днями та годинами роботи;
3. біржа є епізодичною формою торгівлі з фіксованими днями та годинами роботи;
4. дистанція між цінами пропозиції покупців та продавців;
5. місце, де виконуються операції на ф'ючерсному ринку.

### **3. МІЖНАРОДНЕ ПОЗНАЧЕННЯ ТРІЙСЬКОЇ УНЦІЇ ЗОЛОТА:**

1. XAU;
2. XAG;
3. XPT;
4. XPD;
5. відповіді п.1.- п.2 доповнюють одна одну.

### **4. СПРЕД – ЦЕ:**

1. місяці поставок;
2. місце, де виконуються операції на ф'ючерсному ринку;
3. зміна ціни у ф'ючерсних контрактах;
4. дистанція між цінами пропозиції покупців та продавців;
5. усі відповіді правильні.

### **5. РОЗМІР ПАРТІЇ У Ф'ЮЧЕРСНИХ КОНТРАКТАХ – ЦЕ:**

1. тік;
2. лот;
- 3 пункт;
4. піт;
5. відповіді п.2.- п.3. доповнюють одна одну.

### **6. ЗМІНА ЦІНИ У Ф'ЮЧЕРСНИХ КОНТРАКТАХ НАЗИВАЄТЬСЯ:**

1. спред;
2. лот;
3. пункт;

4. тік;
5. усі відповіді правильні.

7. ХТО У СЕРЕДНІ ВІКИ БУВ ПРООБРАЗОМ БРОКЕРІВ?

1. купці;
2. ремісники;
3. феодалські управителі;
4. мандрівні комерсанти («люди із запопоршеними ступнями»);
5. відповіді п.2.- п.3. доповнюють одна одну.

8. ВАЛАТИЛЬНІСТЬ – ЦЕ

1. цінова стабільність;
2. товарна змінність;
3. цінова і товарна стабільність;
4. цінова змінність;
5. правильна відповідь не зазначена.

9. ТАКИЙ СТАН РИНКУ, ЯКИЙ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ВІДШКОДУВАННЯ ВИТРАТ НА ЗБЕРІГАННЯ ТОВАРУ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. інвертний;
2. неправильний;
3. «контанго»;
4. правильний;
5. правильна відповідь не зазначена.

10. ЗА ФОРМОЮ УЧАСТІ ТОРГОВЦІВ У БІРЖОВИХ ТОРГАХ Є ТАКІ БІРЖІ:

1. відкриті та закриті;
2. публічні. приватні, змішані;
3. товарні. товарно-сировинні, фондові, валютні;
4. універсальні та спеціалізовані;
5. Відповіді п.2.-п.3. доповнюють одна одну.

11. ХТО У СЕРЕДНІ ВІКИ БУВ ПРООБРАЗОМ БРОКЕРІВ?

1. купці;
2. ремісники;
3. феодалські управителі;
4. мандрівні комерсанти («люди із запопоршеними ступнями»);
5. правильна відповідь не зазначена.

12. ЯКІ ТОВАРИ МОЖУТЬ БУТИ БІРЖОВИМИ?

1. енергоносії, сільськогосподарська сировина, валюта, цукор, чай, кава;
2. енергоносії, сільськогосподарська сировина, автомобілі, похідні фінансові інструменти;
3. валюта, цукор, одяг, взуття похідні фінансові інструменти;
4. сільськогосподарська сировина, жива худоба, алкоголь, тютюнові вироби;

5. відповіді п.2.-п.3. доповнюють одна одну.

13. ЩО НА Ф'ЮЧЕРСНОМУ РИНКУ НАЗИВАЮТЬ «ПОЗИЦІЯ»?

1. місяці поставок;
2. місце, де виконуються операції на ф'ючерсному ринку;
3. зміна ціни у ф'ючерсних контрактах;
4. дистанція між цінами пропозиції покупців та продавців;
5. правильна відповідь не зазначена.

14. ЗМІНА ЦІНИ У Ф'ЮЧЕРСНИХ КОНТРАКТАХ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. спред;
2. лот;
3. пункт;
4. тік;
5. відповіді п.2.-п.3. доповнюють одна одну.

15. ФІКТИВНИЙ ХАРАКТЕР УГОДИ (ПРАКТИЧНО ВІДСУТНІЙ ОБМІН РЕАЛЬНИМ ТОВАРОМ) ХАРАКТЕРНИЙ ДЛЯ:

1. оптової торгівлі;
2. біржової торгівлі;
3. аукціонної торгівлі;
4. ф'ючерсної торгівлі;
5. відповіді п.3.-п.4. доповнюють одна одну.

16. ЗА ВИДАМИ УГОД Є ТАКІ ВИДИ БІРЖ:

1. відкриті та закриті;
2. реальних товарів або фінансових інструментів, ф'ючерсні, опціонні та змішані;
3. центральні, міжрегіональні, регіональні;
4. міжнародні, національні, регіональні;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

17. ОБЕРНЕНА (ОФСЕТНА) УГОДА – ЦЕ:

1. продаж куплених або купівля проданих зобов'язань за цінами, діючими на момент ліквідації ф'ючерсного контракту;
2. продаж куплених зобов'язань за цінами, діючими на момент ліквідації ф'ючерсного контракту;
3. купівля проданих зобов'язань за цінами, діючими на момент ліквідації ф'ючерсного контракту;
4. продаж куплених або купівля проданих зобов'язань за цінами, діючими на момент відкриття ф'ючерсного контракту;
5. усі відповіді правильні.

18. ПРАВО КУПИТИ ВИЗНАЧЕНУ ЦІННІСТЬ НА ОСОБЛИВИХ УМОВАХ, В ОБМІН НА СПЛАТУ ВИНАГОРОДИ – ЦЕ:

1. тік;
2. спред;
3. маржа;
4. опціон;
5. відповіді п.2.- п.3. доповнюють одна одну.

19. ЗА ВИДАМИ УГОД Є ТАКІ ВИДИ БІРЖ:

1. відкриті та закриті;
2. реальних товарів або фінансових інструментів, ф'ючерсні, опціонні та змішані;
3. центральні, міжрегіональні, регіональні;
4. міжнародні, національні, регіональні;
5. відповіді п.2.-п.3. доповнюють одна одну.

20. ЯКІ З НИЖЧЕНАВЕДЕНИХ БІРЖОВИХ ТОВАРІВ ВІДНОСЯТЬСЯ ДО ГРУПИ «ПРОМИСЛОВА СИРОВИНА»?

1. кукурудза, бекон;
2. алюміній, дизельне паливо, мазут;
3. промита вовна та пряжа;
4. соєва олія, соєвий шрот;
5. відповіді п.3.- п.4. доповнюють одна одну.

21. БІРЖОВІ КОНТРАКТИ З НАФТОЮ УКЛАДАЮТЬСЯ У:

1. бушелях;
2. барелях;
3. облігаціях;
4. унціях;
5. відповіді п.2.- п.3. доповнюють одна одну.

22. ГЛИБИНА КОНТРАКТУ НА Ф'ЮЧЕРСНОМУ РИНКУ – ЦЕ:

1. період часу від початку торгівлі на певний місяць до закінчення торгівлі цим контрактом;
2. період часу від початку функціонування до закінчення торгівлі цим контрактом;
3. місце торгівлі з початку і до закінчення торгівлі цим контрактом;
4. тривалість і місце від початку торгівлі на певний місяць до закінчення торгівлі цим контрактом;
5. усі відповіді правильні.

23. ЗА СФЕРОЮ ДІЯЛЬНОСТІ Є ТАКІ ВИДИ БІРЖ:

1. відкриті та закриті;
2. реальних товарів або фінансових інструментів, ф'ючерсні, опціонні та змішані;
3. центральні, міжрегіональні, регіональні;
4. міжнародні, національні, регіональні;

5. усі відповіді правильні.

24. ЯКІ ТОВАРИ МОЖУТЬ БУТИ БІРЖОВИМИ?

1. енергоносії, сільськогосподарська сировина, валюта , цукор чай, кава;
2. енергоносії, сільськогосподарська сировина, автомобілі, похідні фінансові інструменти;
3. валюта , цукор, одяг, взуття похідні фінансові інструменти;
4. сільськогосподарська сировина, жива худоба, алкоголь, тютюнові вироби;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

25. БАЗИС – ЦЕ:

1. різниця між спотовими та ф'ючерсними цінами;
2. майбутня спотова ціна;
3. індикатор кон'юнктури ринку;
4. початкова маржа;
5. гарантійний внесок.

26. ХТО ІЗ ЕКОНОМІСТІВ ВВІВ У НАУКОВУ ТЕРМІНОЛОГІЮ ТАКУ ХАРАКТЕРИСТИКУ СТАНУ РИНКУ ЯК «КОНТАНГО»?

1. Н.Калдор;
2. К.Маркс;
3. Л.Теслер;
4. Дж.М.Кейнс;
5. Н.Калдор, Л.Теслер.

27. ЗА СФЕРОЮ ДІЯЛЬНОСТІ Є ТАКІ ВИДИ БІРЖ:

1. відкриті та закриті;
2. реальних товарів або фінансових інструментів, ф'ючерсні, опціонні та змішані;
3. центральн, міжрегіональні, регіональні;
4. міжнародні, національні, регіональні;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

28. СКІЛЬКИ ТОН СКЛАДАЄ ЗЕРНОВИЙ ЛОТ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІРЖАХ?

1. 10 тонн;
2. 1000 тонн;
3. 100 тон;
4. 1 тонна;
5. правильна відповідь не зазначена.

29. ЩО НАЗИВАЄТЬСЯ НА Ф'ЮЧЕРСНОМУ РИНКУ ТЕРМІНОМ «ТІК»?

1. обсяг контракту;
2. початкова маржа;
3. гарантійний внесок;
4. мінімальний розмір зміни ціни;



5. усі відповіді правильні.

30. ФІКТИВНИЙ ХАРАКТЕР УГОДИ (ПРАКТИЧНО ВІДСУТНІЙ ОБМІН РЕАЛЬНИМ ТОВАРОМ) ХАРАКТЕРНИЙ ДЛЯ:

1. оптової торгівлі;
2. біржової торгівлі;
3. аукціонної торгівлі;
4. ф'ючерсної торгівлі;
5. правильна відповідь не зазначена.

31. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯКІСНИХ ПАРАМЕТРІВ, ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРІВ ПАРТІЙ, ПРОЦЕДУР РОЗРАХУНКІВ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ – ЦЯ ФУНКЦІЯ БІРЖІ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. інформаційна;
2. організаційна;
3. вироблення біржових контрактів;
4. гарантування виконання біржових угод;
5. відповіді п.3.- п.4 доповнюють одна одну.

32. ЯКІ З НИЖЧЕНАВЕДЕНИХ БІРЖОВИХ ТОВАРІВ ВІДНОСЯТЬСЯ ДО ГРУПИ «ПРОМИСЛОВА СИРОВИНА»?

1. кукурудза, бекон;
2. алюміній, дизельне паливо, мазут;
3. промита вовна та пряжа;
4. соєва олія, соєвий шрот;
5. відповіді п.1.- п.2 доповнюють одна одну.

33. УЧАСНИКИ Ф'ЮЧЕРСНОГО РИНКУ, ЯКІ ВІДКРИВАЮТЬ ТА ЗАКРИВАЮТЬ СВОЇ ПОЗИЦІЇ НА Ф'ЮЧЕРСНОМУ РИНКУ З МЕТОЮ ОТРИМАННЯ ДОХОДУ У ВИГЛЯДІ РІЗНИЦІ В ЦІНАХ – ЦЕ:

1. хедери;
2. спекулянти;
3. брокери;
4. маклери;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

34. ЯКА ІНФОРМАЦІЯ СЛУЖИТЬ ОСНОВОЮ ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ Ф'ЮЧЕРСНИХ ЦІН?

1. минула й поточна;
2. теперішня і внутрішня;
3. минула і внутрішня;
4. поточна і теперішня;
5. правильна відповідь не зазначена.

35. НА ЯКЕ ПИТАННЯ ВІДПОВІДАЮТЬ ПРЕДСТАВНИКИ ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО АНАЛІЗУ?

1. «Що?» купувати і продавати;
2. «Де?» купувати і продавати;
3. «Коли?» купувати і продавати;
4. «Як?» купувати і продавати;
5. усі відповіді правильні.

36. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЯКІСНИХ ПАРАМЕТРІВ, ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРІВ ПАРТІЙ, ПРОЦЕДУР РОЗРАХУНКІВ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІКВІДНОСТІ – ЦЯ ФУНКЦІЯ БІРЖІ НАЗИВАЄТЬСЯ:

1. інформаційна;
2. організаційна;
3. вироблення біржових контрактів;
4. гарантування виконання біржових угод;
5. Відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

37. ПОЧАТКОВИЙ ВКЛАД, ЯКИЙ ВНОСИТЬ КОЖЕН ТОРГОВЕЦЬ (УЧАСНИК, КЛІЄНТ) Ф'ЮЧЕРСНОГО РИНКУ – ЦЕ:

1. позиція;
2. тік;
3. депозит (початкова маржа);
4. спред;
5. піт.

38. ОДИНИЦЯ КОНТРАКТУ – ЦЕ:

1. обсяг контракту;
2. спред;
3. лот;
4. піт;
5. відповіді п.2.- п.3. доповнюють одна одну.

39. КОТИРУВАННЯ – ЦЕ:

1. страхування цінових та курсових ризиків;
2. реєстрація та публікація біржових цін;
3. розв'язання суперечок між учасниками біржових операцій;
4. гарантування виконання біржових угод;
5. усі відповіді правильні.

40. БІРЖОВІ КОНТРАКТИ З НАФТОЮ УКЛАДАЮТЬСЯ У:

1. бушелях;
2. барелях;
3. облігаціях;
4. унціях;
5. правильна відповідь не зазначена.

41. УЧАСНИКИ Ф'ЮЧЕРСНОГО РИНКУ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ДАНИЙ РИНОК З МЕТОЮ ЗАХИСТУ СВОЇХ СПОТОВИХ ПОЗИЦІЙ, ТА ВИРОБЛЯЮТЬ БАЗИСНИЙ АКТИВ В РЕАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ – ЦЕ:

1. хеджери;
2. спекулянти;
3. брокери;
4. маклери;
5. правильна відповідь не зазначена.

42. НА ЯКЕ ПИТАННЯ ВІДПОВІДАЮТЬ ПРЕДСТАВНИКИ ТЕХНІЧНОГО АНАЛІЗУ?

1. «Що?» купувати і продавати;
2. «Де?» купувати і продавати;
3. «Коли?» купувати і продавати;
4. «Як?» купувати і продавати;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

43. АНАЛІЗ, ЩО ҐРУНТУЄТЬСЯ НА ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ УЯВЛЕННЯХ ПРО ВЗАЄМОДІЮ ПОПИТУ Й ПРОПОЗИЦІЇ ТА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКАХ ВАРТОСТІ АКТИВІВ – ЦЕ:

1. кон'юктурний аналіз;
2. фундаментальний аналіз;
3. технічний аналіз;
4. ситуаційний аналіз;
5. Відповіді п.2.-п.3 доповнюють одна одну.

44. ПОСЕРЕДНИК, У ШИРОКОМУ РОЗУМІННІ ЦЬОГО СЛОВА, ЯКИЙ ПРИЙМАЄ УЧАСТЬ У ПРОЦЕСІ УКЛАДАННЯ УГОД БЕЗПОСЕРЕДНЬО, ВКЛАДАЮЧИ ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ, ПРИЙМАЮЧИ НА СЕБЕ ВСІ РИЗИКИ – ЦЕ:

1. дилер;
2. хеджер;
3. брокер;
4. маклер;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

45. САМОСТІЙНИЙ СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ЗАКЛАД, ЮРИДИЧНА ОСОБА. ЩО ВИРАЖАЄ ІНТЕРЕСИ ДОБРОВІЛЬНОГО ОБ'ЄДНАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ ТА ЇХ СЛУЖБОВЦІВ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ОПЕРАЦІЙ У СПЕЦІАЛЬНОМУ МІСЦІ ЗА СПІЛЬНО ВИРОБЛЕНИМИ ПРАВИЛАМИ – ЦЕ:

1. брокерська контора;
2. комісійний будинок;
3. брокерська фірма;

4. біржа;
5. усі відповіді правильні.

46. ЯК У АМЕРИКАНСЬКИХ БІРЖАХ НАЗИВАЮТЬСЯ ТОРГОВЕЛЬНІ МІСЦЯ?

1. ранг;
2. ринг;
3. «яма» (піт);
4. табло;
5. лот.

47. ПРОЦЕДУРА РОЗРАХУНКІВ ЗА БІРЖОВИМИ УГОДАМИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ ФІНАНСОВІ ГАРАНТІЇ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ДЕПОЗИТНИХ ТА МОРЖЕВИХ УЧАСНИКІВ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ – ЦЕ:

1. кліринг;
2. кліринг біржовий;
3. кліринг брокерський;
4. система безготівкових розрахунків;
5. правильна відповідь не зазначена.

48. ВИЩИМ ОРГАНОМ БІРЖІ Є:

1. біржовий комітет;
2. загальні збори членів біржі;
3. президія біржі;
4. арбітражна комісія;
5. відповіді п.1.-п.2 доповнюють одна одну.

49. ХТО, ПІД ЧАС БІРЖОВИХ ТОРГІВ СПОЧАТКУ ПОВИНЕН НАЗВАТИ ЦІНУ, А ПОТІМ КІЛЬКІСТЬ?

1. продавець;
2. покупець;
3. маклер;
4. дилер;
4. спекулянт;
5. правильна відповідь не зазначена.

50. УЧАСНИКИ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ ПОШУКОМ КЛІЄНТІВ, ЗДІЙСНЮЮТЬ КОНСУЛЬТАЦІЙНУ РОБОТУ – ЦЕ:

1. комісіонери;
2. асоційовані особи;
3. оператори інвестиційних (хеджових) фондів;
4. брокери у торговій ямі;
5. відповіді п.1.- п.2 доповнюють одна одну.

## **5. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА»**

**1. ПРИНЦИП, ЯКИЙ НЕ ПРИТАМАННИЙ ПІДПРИЄМНИЦТВУ ЯК ОСОБЛИВОМУ ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ:**

1. вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;
2. самостійне формування підприємцем програми діяльності;
3. вільний найм підприємцем працівників;
4. самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності;
5. розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, за згодою органу місцевого самоврядування.

**2. РЕСУРСНА ФУНКЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПОЛЯГАЄ У:**

1. організації виробництва, збуту, рекламі тощо, зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх виконанням;
2. мобілізації на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів;
3. сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, у здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком;
4. формуванні стимулюючого (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління і організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача;
5. правильна відповідь відсутня.

**3. ВИД ПІДПРИЄМНИЦТВА, СПРЯМОВАНИЙ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ, ПОСЛУГ, ЯКІ ПІДЛЯГАЮТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СПОЖИВАЧАМ:**

1. фінансово-кредитне підприємництво;
2. комерційне підприємництво;
3. консультативне підприємництво;
4. виробниче підприємництво;
5. страхове підприємництво.

**4. ОСНОВНИЙ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИЙ ДОКУМЕНТ, ЯКИЙ ВСТАНОВЛЮЄ ПРАВОВІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

1. податковий кодекс України;
2. земельний кодекс України;
3. цивільний кодекс України;
4. цивільний процесуальний кодекс України;
5. господарський кодекс України.

**5. ЮРИДИЧНІ ОСОБИ – СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ БУДЬ-ЯКОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ТА ФОРМИ ВЛАСНОСТІ, У ЯКИХ**

СЕРЕДНЯ КІЛЬКІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ЗА ЗВІТНИЙ ПЕРІОД (КАЛЕНДАРНИЙ РІК) НЕ ПЕРЕВИЩУЄ 10 ОСІБ ТА РІЧНИЙ ДОХІД ВІД БУДЬ-ЯКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НЕ ПЕРЕВИЩУЄ СУМУ, ЕКВІВАЛЕНТНУ 2 МІЛЬЙОНАМ ЄВРО, ВИЗНАЧЕНУ ЗА СЕРЕДНЬОРІЧНИМ КУРСОМ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ, НАЛЕЖАТЬ ДО.

1. суб'єктів малого підприємництва;
2. суб'єктів середнього підприємництва;
3. суб'єктів великого підприємництва;
4. суб'єктів мікропідприємництва;
5. суб'єктів мегапідприємництва.

6. У ГОСПОДАРСЬКОМУ КОДЕКСІ УКРАЇНИ ВИЗНАЧЕНО, ЩО ПІДПРИЄМСТВО – ЦЕ:

1. господарюючий об'єкт, що має у власності, господарському веденні чи оперативному керуванні відособлене майно і відповідає щодо своїх зобов'язань цим майном;
2. учасники господарських відносин, що здійснюють господарську діяльність, реалізуючи компетенцію, мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми обов'язками в межах цього майна, крім випадків передбачених законом;
3. група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети;
4. самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності;
5. організаційно-цілісна сукупність взаємодіючих структур, поєднаних для досягнення визначених цілей.

7. ЗА ПРАВОВИМ СТАТУСОМ І ФОРМОЮ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ПОДІЛЯЮТЬ НА:

1. господарські товариства;
2. одноосібні;
3. кооперативні;
4. орендні;
5. всі відповіді правильні.

8. ЗА СПОСОБОМ УТВОРЕННЯ ТА ФОРМУВАННЯ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА КЛАСИФІКУЮТЬ НА:

1. головні, дочірні, асоційовані, філії;
2. унітарні, корпоративні;
3. комерційні, некомерційні;
4. національні, іноземні;
5. державні, комунальні.

9. ЗА ТЕРИТОРІАЛЬНОЮ ЦІЛІСНІСТЮ ТА СТУПЕНЕМ ПІДПОРЯДКУВАННЯ ВИДІЛЯЮТЬ ПІДПРИЄМСТВА:

1. головні, дочірні, асоційовані, філії;
2. унітарні, корпоративні;
3. одноосібні, орендні;
4. сільськогосподарські, будівельні;
5. державні, приватні.

10. ВІДПОВІДНО ДО ГОСПОДАРСЬКОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ ПІДПРИЄМСТВА ВІДНОСЯТЬ ДО ВЕЛИКИХ, СЕРЕДНІХ АБО МАЛИХ ЗА:

1. площею земельної ділянки;
2. формою власності;
3. положенням на споживчому ринку;
4. чисельністю працюючих та обсягом річного доходу;
5. формою власності та чисельністю працюючих.

11. ДО ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРИСТВ НАЛЕЖАТЬ:

1. акціонерне товариство, повне товариство, командитне товариство;
2. консорціум, асоціація, концерн;
3. приватне акціонерне товариство, корпорація;
4. товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю;
5. відповіді 1, 4.

12. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯКА СПРЯМОВАНА НА СТВОРЕННЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПОСЛУГ І СУПРОВОДЖУЄТЬСЯ ФОРМУВАННЯМ ВІДПОВІДНИХ МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ Й УПРАВЛІННЯ – ЦЕ:

1. мале підприємництво;
2. інноваційне підприємництво;
3. франчайзингова форма підприємництва;
4. орендне підприємництво;
5. страхове підприємництво.

13. МЕТОД ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЗА ЯКИМ ПОТУЖНА, ВІДОМА КОМПАНІЯ НАДАЄ ІНШОМУ ПІДПРИЄМСТВУ ПРАВО ВИКОРИСТОВУВАТИ СВОЄ ІМ'Я ТА ТОВАРНІЙ ЗНАК, ВИГОТОВЛЯТИ АБО ПРОДАВАТИ ЇЇ ПРОДУКЦІЮ (НАДАВАТИ ПОСЛУГИ) В ОБМІН НА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ВИПЛАЧУВАТИ ЧАСТКУ ДОХОДУ ТА ЗА УМОВИ ДОТРИМАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЧИХ ТА ОБСЛУГОВУЮЧИХ ОПЕРАЦІЙ – ЦЕ:

1. толінг;
2. факторинг;
3. франчайзинг;
4. експорт;

5. лізинг.

14. ОСНОВНІ ЗАСОБИ РЕГУЛЮЮЧОГО ВПЛИВУ ДЕРЖАВИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ:

1. регулювання цін і тарифів;
2. технічне регулювання;
3. державне замовлення;
4. надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
5. всі відповіді правильні.

15. ЦЕНТРАЛЬНИЙ ОРГАН ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ ІЗ СПЕЦІАЛЬНИМ СТАТУСОМ, МЕТОЮ ДІЯЛЬНОСТІ ЯКОГО Є ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ЗАХИСТУ КОНКУРЕНЦІЇ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ – ЦЕ:

1. державна регуляторна служба;
2. міністерство економічного розвитку і торгівлі України;
3. державна реєстраційна служба України;
4. антимонопольний комітет;
5. державна фіскальна служба України.

16. НЕВЕЛИКІ, АЛЕ ГНУЧКІ Й ЕФЕКТИВНІ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО СТВОРЮЮТЬСЯ З МЕТОЮ АПРОБАЦІЇ, ДОРОБКИ І ДОВЕДЕННЯ ДО ПРОМИСЛОВОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ РИЗИКОВИХ ІННОВАЦІЙ:

1. асоційовані підприємства;
2. венчурні підприємства;
3. дочірні підприємства;
4. філії;
5. головні підприємства.

17. ЯКИЙ ПОКАЗНИК ХАРАКТЕРИЗУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ?:

1. фондвіддача;
2. коефіцієнт зносу;
3. коефіцієнт оновлення;
4. середньорічна вартість;
5. коефіцієнт вибуття.

18. ДО ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НЕ ВІДНОСЯТЬ:

1. незавершене виробництво;
2. грошові кошти;
3. дебіторську заборгованість;
4. запаси;
5. інвестиційну нерухомість.

19. ЗАПАСИ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ АКТИВИ, ЯКІ:



1. утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;
2. перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
3. утримуються для споживання під час виробництва продукції;
4. утримуються з метою управління підприємством;
5. всі відповіді правильні.

20. АМОРТИЗАЦІЯ – ЦЕ:

1. втрата частини вартості основних засобів під впливом НТП;
2. матеріальний знос основних засобів, унаслідок чого вони перестають задовольняти поставлені до них вимоги;
3. поступове перенесення вартості необоротних матеріальних активів на вартість виготовленої продукції, робіт, послуг;
4. поступова втрата необоротними матеріальними активами своїх первісних техніко-експлуатаційних характеристик;
5. правильна відповідь відсутня.

21. ДО ЗАГАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НАЛЕЖАТЬ:

1. науковість, цілеспрямованість, послідовність;
2. організація, контроль та планування;
3. управління підприємством, цехом, службою, відділом, дільницею, бригадою, проектною групою тощо;
4. планування, організування, мотивування, контролювання;
5. координація, складання звітів, контроль.

22. ЗА ОЗНАКОЮ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ:

1. управління основним виробництвом;
2. управління допоміжним виробництвом;
3. управління постачанням, збутом;
4. управління зовнішньоекономічною діяльністю;
5. всі відповіді правильні.

23. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ, РОЗПОДІЛУ ЗАВДАНЬ, ПОВНОВАЖЕНЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МІЖ ПРАЦІВНИКАМИ, СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЗАГАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ – ЦЕ:

1. планування;
2. організування;
3. регулювання;
4. мотивування;
5. контролювання.

24. КОНТРОЛЮВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ – ЦЕ:

1. процес визначення досягнутих за певний період результатів діяльності, порівняння досягнутих результатів із запланованими й коригування діяльності, що в сукупності забезпечує виконання завдань плану на належному рівні;
2. процес, що спонукає працівників до спільних узгоджених дій, які забезпечують досягнення поставлених цілей діяльності;
3. процес визначення цілей діяльності, передбачення майбутнього розвитку та вироблення найефективніших способів їх досягнення;
4. спостереження за роботою персоналу підприємства;
5. процес спостереження за виконанням персоналом окремих завдань, повноважень і відповідальністю.

#### 25. МОТИВУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ – ЦЕ:

1. намагання працівника отримувати високу заробітну плату;
2. процес, що спонукає працівників до спільних узгоджених дій, які забезпечують досягнення поставлених цілей діяльності;
3. процес забезпечення ступеня відносного задоволення, що відчуває працівник, який отримав винагороду;
4. процес формування структури управління, розподілу завдань, повноважень і відповідальності між працівниками суб'єкта господарювання для досягнення загальних цілей його діяльності;
5. процес визначення досягнутих за певний період результатів діяльності, порівняння досягнутих результатів із запланованими.

#### 26. ДО КОНКРЕТНИХ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НЕ ВІДНОСЯТЬ:

1. управління виробництвом;
2. управління постачанням;
3. планування та контролювання;
4. управління постачанням, збутом;
5. управління зовнішньоекономічною діяльністю.

#### 27. МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ – ЦЕ:

1. способи передачі інформації;
2. способи впливу на об'єкт управління;
3. план наради з виробничих питань;
4. технологічні карти;
5. рівні та ланки управління.

#### 28. РОЗРІЗНЯТЬ ТАКІ ГРУПИ МЕТОДІВ МЕНЕДЖМЕНТУ:

1. економічні, адміністративні, соціально-психологічні;
2. організаційно-розпорядчі, економічні;
3. виробничі, управлінські;
4. соціальні, екологічні, адміністративні;
5. всі відповіді правильні.

### 29. ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ – ЦЕ:

1. методи, що ґрунтуються на використанні таких мотивів трудової діяльності, як почуття обов'язку та відповідальності;
2. засоби впливу на колектив та окремих її працівників, які ґрунтуються на використанні об'єктивних відносин між ними;
3. методи, що ґрунтуються на використанні системи економічних важелів і заходів для досягнення поставленої мети й забезпечення єдності інтересів підприємства та окремих працівників;
4. засоби владного впливу на колектив та окрему особу;
5. методи, за допомогою яких здійснюється силовий вплив на колектив.

### 30. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕТОДИ МЕНЕДЖМЕНТУ – ЦЕ:

1. засоби впливу, які ґрунтуються на використанні виробничих відносин;
2. сукупність специфічних способів дії на особисті відносини і зв'язки між працівниками, а також на соціальні процеси на підприємстві;
3. методи, що ґрунтуються на використанні таких мотивів трудової діяльності, як заробітна плата, премії, доплати;
4. методи, за допомогою яких здійснюється вплив на економічні інтереси колективів та окремих членів;
5. засоби владного впливу на колектив та окрему особу.

### 31. ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. порівняння основних показників його розвитку у звітному й базовому періодах;
2. розрахунок майбутньої величини прибутків;
3. встановлення цілей підприємства на перспективу та вибір найефективніших способів їх досягнення й ресурсного забезпечення;
4. аналіз перспектив розвитку підприємства порівняно з іншими підприємствами цієї ж галузі;
5. обґрунтування витрат підприємства.

### 32. ПЛАНОВІ ПОКАЗНИКИ ВИЗНАЧАЮТЬСЯ НА ПІДСТАВІ РОЗРАХУНКІВ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ ЗГІДНО З ТАКИМ МЕТОДОМ, ЯК:

1. балансовий;
2. інтерполяційний;
3. дослідно-статистичний;
4. чинниковий;
5. нормативний.

### 33. ЗА ОБ'ЄКТАМИ ПЛАНУВАННЯ РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ПЛАНИ:

1. план виробництва;
2. план продажу;
3. фінансовий план;
4. план матеріально-технічного забезпечення;
5. всі відповіді правильні.

34. ВИЗНАЧЕННЯ НОМЕНКЛАТУРИ, АСОРТИМЕНТУ ТА КІЛЬКОСТІ ПРОДУКЦІЇ, ЩО ВИГОТОВЛЯЄТЬСЯ В НАТУРАЛЬНИХ І ВАРТІСНИХ ПОКАЗНИКАХ, ХАРАКТЕРНО ДЛЯ:

1. фінансового плану;
2. плану продажу;
3. плану виробництва;
4. плану з праці;
5. плану товарообороту.

35. ДЕТАЛІЗУЄ ПОКАЗНИКИ ТАКТИЧНОГО ПЛАНУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПЛАНОМІРНОЇ ТА РИТМІЧНОЇ РОБОТИ ВСЬОГО ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО СТРУКТУРНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ПРОТЯГОМ КОРОТКОГО ПРОМІЖКУ ЧАСУ:

1. стратегічний план;
2. оперативно-календарний план;
3. бізнес-план;
4. довгостроковий план;
5. перспективний план.

36. ПЕРЕДБАЧАЄ ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА КОРОТКОСТРОКОВИЙ АБО СЕРЕДНЬОСТРОКОВИЙ ПЕРІОД, ВИЗНАЧАЄ СУКУПНІСТЬ КОНКРЕТНИХ ДІЙ ТА ЗАСОБІВ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ НАМІЧЕНИХ ЦІЛЕЙ:

1. стратегічний план;
2. оперативно-календарний план;
3. тактичний план;
4. довгостроковий план;
5. бізнес-план.

37. БІЗНЕС-ПЛАН ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. план виробництва й реалізації на наступний рік;
2. план, спрямований на обмеження використання ресурсів;
3. комплексний плановий документ підприємницької діяльності;
4. документ, у якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним;
5. характеристика продукції, що виробляється підприємством.

38 ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП (СТАДІЯ) ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВМІЩУЄ ТАКІ ДІЇ:

1. розробка назви підприємства та формування мереж постачання ресурсів і реалізації продукції;
2. реєстрація підприємства та відкриття поточного рахунку;
3. визначення цілей підприємницької діяльності;

4. прийняття рішення про підприємницьку діяльність на основі підприємницької ідеї;
5. відповіді 3, 4.

39. СУКУПНІСТЬ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА МАЙНА, ЯКА НЕОБХІДНА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПОЧАТКУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА – ЦЕ:

1. стартовий капітал;
2. резервний капітал;
3. додатковий вкладений капітал;
4. вилучений капітал;
5. правильна відповідь відсутня.

40. ДОКУМЕНТ, ЩО СКЛАДАЄТЬСЯ ПІД ЧАС ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА, ЗАТВЕРДЖУЄТЬСЯ ВЛАСНИКОМ (ВЛАСНИКАМИ) МАЙНА, А ДЛЯ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ – ВЛАСНИКОМ МАЙНА ЗА УЧАСТЮ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ, – ЦЕ:

1. трудовий договір;
2. статут підприємства;
3. колективний договір;
4. правила трудового розпорядку;
5. баланс підприємства.

41. ВІДОМОСТІ, ЩО МІСТЯТЬСЯ В СТАТУТІ ПІДПРИЄМСТВА:

1. порядок розподілу прибутків і збитків;
2. найменування та місцезнаходження підприємства;
3. відомості про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання;
4. відомості про органи управління й контролю, їх компетенцію;
5. всі відповіді правильні.

42. ТИПОВИЙ УСТАНОВЧИЙ ДОКУМЕНТ, ЗАТВЕРДЖЕНИЙ КАБІНЕТОМ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ, ЯКИЙ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТА ПРОВАДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ ВІДПОВІДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ – ЦЕ:

1. статут підприємства;
2. установчий договір;
3. бізнес-план підприємства;
4. модельний статут;
5. колективний договір.

43. СУКУПНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСОБІВ (ТОВАР, ЦІНА, РОЗПОДІЛ, ПРОСУВАННЯ), ПЕВНА СТРУКТУРА ЯКИХ ЗАБЕЗПЕЧУЄ ДОСЯГНЕННЯ ПОСТАВЛЕНОЇ МЕТИ ТА ВИРІШЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАВДАНЬ – ЦЕ:

1. теорія маркетингу;
2. система маркетингу;
3. механізм маркетингу;

4. комплекс маркетингу;
5. всі відповіді правильні.

44. ДОСЛІДЖЕННЯ МІКРОСЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ЗДІЙСНЮЮТЬ ЗА ТАКИМИ НАПРЯМАМИ:

1. вивчення споживачів та конкурентів;
2. вивчення демографічної ситуації країни;
3. вивчення посередників та постачальників;
4. відповіді 1, 3;
5. відповіді 1, 2, 3.

45. КЛАСИЧНИЙ ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ТОВАРУ СКЛАДАЄТЬСЯ З ТАКИХ ЕТАПІВ:

1. етапи впровадження, зростання та спаду;
2. етапи впровадження, зростання, зрілості та спаду;
3. етапи зростання, зрілості та спаду;
4. етапи впровадження та спаду;
5. етапи впровадження, зростання, зрілості, спаду та елімінування.

46. ПІДПРИЄМСТВО ЗНИЖУЄ ЦІНУ НА ПРОДУКЦІЮ В РАЗІ, ЯКЩО:

1. існує реальна загроза затоварювання;
2. частка ринку підприємства під тиском конкурентів скоротилася;
3. цінність товару виявилася вища за ціну;
4. пріоритетною ціллю є збільшення прибутку навіть за умов, що це призведе до зменшення обсягу продажу;
5. відповіді 1, 2.

47. РОЗРІЗНЯЮТЬ ТАКІ ТИПИ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ:

1. первинні і вторинні;
2. прямі і опосередковані;
3. основні і допоміжні;
4. великі та малі;
5. вторинні та другорядні.

48. КОМПЛЕКС ЗАХОДІВ, ЯКИМ КОРИСТУЄТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВО ДЛЯ ІНФОРМУВАННЯ, ПЕРЕКОНАННЯ ЧИ НАГАДУВАННЯ СПОЖИВАЧАМ ПРО СВОЇ ТОВАРИ ЧИ ПОСЛУГИ – ЦЕ:

1. маркетингова політика розподілу;
2. маркетингова політика комунікацій;
3. маркетингова політика просування;
4. маркетингова товарна політика;
5. маркетингова цінова політика.

49. ВИД ПРОСУВАННЯ, ЯКИЙ ПЕРЕДБАЧАЄ ОСОБИСТИЙ КОНТАКТ ПРОДАВЦЯ З ОДНИМ АБО КІЛЬКОМА ПОКУПЦЯМИ З МЕТОЮ ПРОДАЖУ ТОВАРУ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ ТРИВАЛИХ СТОСУНКІВ З КЛІЄНТАМИ:

1. реклама;
2. персональний продаж;
3. стимулювання збуту;
4. брендинг;
5. прямий маркетинг.

50. ФІНАНСОВІ ПОСЕРЕДНИКИ, ЯКІ АКУМУЛЮЮТЬ ТИМЧАСОВО ВІЛЬНІ КОШТИ, НАДАЮТЬ ЇХ У КРЕДИТ, ЗДІЙСНЮЮТЬ РОЗРАХУНКИ ТА ІНШІ ФІНАНСОВІ ОПЕРАЦІЇ – ЦЕ:

1. інноваційні підприємства;
2. венчурні підприємства;
3. агентства нерухомості;
4. банки;
5. інвестиційні фонди.

51. ВИД АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ НАДАННЯМ КЛІЄНТАМ КОШТІВ У ТИМЧАСОВЕ КОРИСТУВАННЯ АБО ПРИЙНЯТТЯМ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПРО НАДАННЯ КОШТІВ У ТИМЧАСОВЕ КОРИСТУВАННЯ ЗА ПЕВНИХ УМОВ:

1. касове обслуговування;
2. інвестиційні операції;
3. безготівкові розрахунки;
4. кредитні операції;
5. відкриття депозитних рахунків.

52. ПРИНЦИП БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА, СУТНІСТЬ ЯКОГО ПОЛЯГАЄ У НЕОБХІДНОСТІ НЕ ЛИШЕ ПОВЕРНЕННЯ ПОЗИЧАЛЬНИКОМ ОТРИМАНИХ У БАНКУ КОШТІВ, АЛЕ Й ОПЛАТИ ПРАВА НА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ:

1. принцип диференційованості;
2. принцип платності;
3. принцип цілеспрямованості;
4. принцип забезпеченості;
5. принцип терміновості.

53. БОРОТЬБА МІЖ ВИРОБНИКАМИ ЧИ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ, ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА НАЙБІЛЬШ ВИГІДНІ УМОВИ ВИРОБНИЦТВА ТА ЗБУТУ З МЕТОЮ ДОСЯГНЕННЯ КРАЩИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СВОЄЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ – ЦЕ:

1. монополія;
2. франчайзинг;
3. кооперація;
4. оренда;
5. конкуренція.

## 6. ЗАДАЧІ

### ЗАДАЧА 1.

Середньооблікова кількість працівників за звітний період склала 400 чоловік. На протязі року прийнято на роботу 30 чоловік, звільнено 45 чоловік, в тому числі за порушення трудової дисципліни 17 чоловік, за власним бажанням 15 чоловік. Визначити коефіцієнти прийому, вибуття та плинності кадрів.

### ЗАДАЧА 2.

У звітному році виготовлено продукції на суму 2210 млн. грн. У році, що планується, її випуск збільшиться на 5%. Кількість працюючих у звітному році склала 2500 осіб, планом передбачено скоротити її на 50 осіб. Визначити продуктивність праці на підприємстві у плановому періоді.

### ЗАДАЧА 3.

Визначити відрядну заробітну плату шліфувальника, якщо за нормою він повинен виготовити 40 деталей за годину, фактично виготовив 45 деталей. Годинна тарифна ставка шліфувальника IV розряду – 8 грн.

### ЗАДАЧА 4.

Розрахувати заробітну плату робітника за відрядно-преміальної системи оплати праці за такими даними: розцінка за виріб – 10,30 грн.; вироблено 185 виробів при нормі 180 виробів. Премія нараховується за виконання норм і рівна 10% від заробітку.

### ЗАДАЧА 5.

Визначте первісну і залишкову вартість основних засобів, якщо ціна придбання одиниці устаткування - 5 тис. грн.; транспортно-монтажні витрати – 1,0 тис. грн.; норма амортизації – 10% чи 0,1; період експлуатації – 7 років.

### ЗАДАЧА 6.

Визначте коефіцієнти придатності та зносу основних засобів за такими даними: первісна вартість основних засобів – 348 тис. грн.; нарахована за період експлуатації сума амортизації – 48 тис. грн.

### ЗАДАЧА 7.

Розрахуйте середньорічну вартість основних засобів та вартість основних засобів на кінець року за такими даними: вартість основних засобів на початок року – 493,3 тис. грн.; 01.03. введені нові основні засоби на суму 65,1 тис. грн.; 01.11. вибули через фізичний знос основні засоби на суму 51,0 тис. грн.; 01. 12. – на суму 34,8 тис. грн.



### ЗАДАЧА 8.

Розрахуйте коефіцієнт вводу та вибуття основних засобів за такими даними: вартість основних засобів на початок року – 493,3 тис. грн.; 01.03. введені нові основні засоби на суму 65,1 тис. грн.; 01.11. вибули через фізичний знос основні засоби на суму 51,0 тис. грн.; 01. 12. – на суму 34,8 тис. грн.

### ЗАДАЧА 9.

Підприємство випустило за рік товарної продукції на суму 2 млн. грн. за середньорічної вартості основних засобів 500 тис. грн. Визначте фондівдачу та фондомісткість.

### ЗАДАЧА 10.

Підприємство за середньорічної вартості основних засобів 800 тис. грн. випустило товарної продукції на 2400 тис. грн. Визначте фондівдачу та фондомісткість.

### ЗАДАЧА 11.

Визначте показники використання основних засобів: фондівдачу, фондомісткість, фондоозброєність. Вихідні дані: річний випуск продукції – 8 млн. грн.; середньорічна вартість основних засобів – 400 тис. грн.; середньорічна кількість працівників – 2 тис. чоловік.

### ЗАДАЧА 12.

У підприємстві середньорічна вартість основних засобів складала 9300 грн. Річний обсяг товарної продукції склав 20 700 грн. за середньорічної кількості 23 чоловік. Визначити фондівдачу, фондомісткість і фондоозброєність підприємства.

### ЗАДАЧА 13.

Запропоновані до впровадження три інвестиційних проекти. Визначити, який з них найбільш рентабельний. Вихідні дані для розрахунків:

Варіант	Інвестиції, тис. грн.	Дохід, тис. грн.
1	446,5	640,2
2	750,6	977,5
3	1250,0	1475,5

### ЗАДАЧА 14.

Обчислити виконання плану за обсягом виробництва та асортименту продукції на основі даних таблиці:

Виріб	Випуск продукції, тис. грн.	
	план	факт
А	100	106
Б	84	162
В	305	210
Д	500	425

### ЗАДАЧА 15.

У звітному році собівартість товарної продукції склала 450,2 тис. грн., витрати на 1 грн. товарної продукції – 0,89 грн. У плановому році витрати на 1 грн. товарної продукції встановлені в розмірі 0,85 грн. Обсяг виробництва продукції збільшиться на 8%. Визначте собівартість товарної продукції планового року.

### ЗАДАЧА 16.

Підприємство виробляє продукцію одного найменування за ціною 230 грн. за одиницю. Питомі змінні витрати складають 180 грн., загальна сума постійних витрат 550 000 грн. Визначте точку беззбитковості у кількісному та вартісному виразі.

### ЗАДАЧА 17.

Виробнича собівартість виробу – 65 грн. Витрати адміністративні за рік склали 64 тис. грн., витрати на збут – 12 тис. грн. Плановий прибуток підприємства – 13%; річний план продажу – 18 тис. шт. Визначити оптову та роздрібну ціну виробу з ПДВ, якщо надбавка гуртової організації складає 5%, надбавка і витрати торгівельної організації – 3% гуртової ціни.

### ЗАДАЧА 18.

Визначити собівартість продукції одиниці продукції та загальну собівартість продукції, якщо виготовлено 3145 шт. за такими даними:

№ з/п	Зміст операцій	Сума, грн.
1	Нарахування основної заробітної плати робітникам:	
	а) 2750 виробів за розцінкою 5,60 грн.	15400
	б) 395 виробів за розцінкою 14,25 грн.	5628,75
2	Нарахування доплати робітникам за роботу у вихідні дні – 40 % від основної заробітної плати	8411,50
3	Нарахування заробітної плати керівному персоналу	27300
4	Витрати матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих	9850
5	Оплата за використання води на технологічні цілі	240
6	Оплата за споживання електроенергії на виробництві	2560
7	Амортизація приміщень	
	а) виробництва	3400
	б) офісу	2500
8	Амортизація обладнання	
	а) виробництва	1250
	б) офісу	750
9	Придбання канцелярських товарів	
	а) для працівників виробництва	340
	б) для працівників офісу	275
10	Сплата за телефонні переговори в бухгалтерії	550
11	Витрати на охорону адміністративного приміщення	3100
12	Витрати на страхування готової продукції	1950

### ЗАДАЧА 19.

Визначити чистий прибуток (збиток) підприємства за такими даними:

- Дохід (виручка) від реалізації продукції – 73544,1 тис. грн.
- Собівартість реалізованої продукції – 47012,3 тис. грн.
- Інші операційні доходи – 39987,8 тис. грн.
- Адміністративні витрати – 19400,0 тис. грн.
- Витрати на збут – 715,2 тис. грн.
- Інші операційні витрати – 1027,7 тис. грн.
- Інші доходи – 515,3 тис. грн.
- Фінансові витрати – 28,4 тис. грн.
- Інші витрати – 1523,3 тис. грн.

### ЗАДАЧА 20.

Показник	План	Звіт
Випуск продукції, тис. грн.	11600	11000
Маш.-год., відпрацьовані устаткуванням, тис. маш.-год.	302	308

Визначити:

1. Коефіцієнт екстенсивного використання
2. Коефіцієнт інтенсивного використання
3. Коефіцієнт інтегрального використання

### ЗАДАЧА 21.

Річним планом підприємства передбачається випуск продукції за номенклатурою, який наведений у таблиці.

Вихідні дані для розрахунків

Виріб	Кількість, тис. шт.		Оптова ціна, грн.
	план	факт	
А	224	341	6,5
Б	1120	1375	11
В	504	330	12,3
Г	151	270	4,8
Д	148	141	5

Визначити рівень виконання плану виробництва в натуральних та вартісних показниках.

### ЗАДАЧА 22.

У базовому році підприємство виготовило продукції на 25,2 млн. грн. За планом випуск продукції повинен зрости на 5 %. Кількість працюючих у базовому році становила 4 200 особи. В плановому році передбачається зменшення чисельності персоналу на 90 осіб. Визначити заплановане підвищення продуктивності праці.

### ЗАДАЧА 23.

Підприємство «Е.С.Е.» виготовило продукції на суму 1500 тис. грн. Середньорічний залишок оборотних коштів становив 280 тис. грн. У наступному році підприємство планує збільшити обсяг реалізованої продукції в 1,5 рази. Впровадження нових технологій дозволить скоротити оборотність оборотних коштів на 15 днів.

Обчислити показники оборотності оборотних коштів і можливий обсяг їх вивільнення завдяки впровадженню нових технологій на підприємстві «Фронтон».

### ЗАДАЧА 24.

Визначити показники оборотності оборотних коштів (кількість оборотів, тривалість одного обороту), а також розмір умовного їх вивільнення в разі впровадження нової технології.

У звітному році підприємство «Весна» отримало виручку від реалізації продукції – 150 тис. грн., при середніх залишках оборотних коштів 2300 грн, а в наступному планує збільшити обсяг продажу на 10 % та скоротити тривалість одного обороту на 17 днів.

### ЗАДАЧА 25.

Визначити середній тарифний коефіцієнт та середній розряд групи робітників кількістю 40 осіб, зайнятих на роботах з нормальними умовами праці. Серед працівників 15 осіб мають II розряд, 20 осіб – III розряд, а 5 осіб – IV розряд. Для знаходження середнього розряду використати нижченаведені дані.

Вихідні дані для розрахунків

Тарифні розряди	I	II	III	IV	V	VI
Тарифні коефіцієнти	1	1,08	1,23	1,35	1,54	1,80

### ЗАДАЧА 26.

Розрахувати заробітну плату робітника при відрядно-преміальній системі, якщо за місяць, відпрацювавши 160 годин, він виготовив 80 виробів. Норма часу на виготовлення виробу становить 2,26 нормо-год, а годинна тарифна ставка за розрядом робіт – 26,20 грн./год. Доплата за виконання плану – 10 %, а за кожен відсоток перевиконання плану – 1,5 %.

### ЗАДАЧА 27.

Користуючись вихідними показниками, наведеними в таблиці, оцінити маркетинговий потенціал підприємства. Максимально можлива кількісна оцінка маркетингового потенціалу – 5 балів.

Вихідні дані для розрахунків

Складники маркетингового потенціалу	Коефіцієнт вагомості	Рейтинг складника
Якість продукції	0,5	4
Просування товару на ринок	0,2	3
Ціна одиниці продукції	0,15	3
Збут продукції споживачам	0,15	5

### ЗАДАЧА 28.

Середньоблікова чисельність працівників підприємства «СЕВЕНТ» за рік становить 450 осіб. Упродовж року звільнилося за власним бажанням 24 особи, за порушення трудової дисципліни було звільнено 2 особи, вийшли на пенсію 2 працівника і 6 вступили до навчальних закладів. Було прийнято на роботу 30 осіб. Розрахувати коефіцієнт вибуття, прибуття рівень плинності кадрів.

### ЗАДАЧА 29.

Робітник протягом місяця за 168 годин виготовляє 280 деталей. Скільки деталей і на скільки відсотків зміниться продуктивність його праці в результаті зниження трудомісткості роботи на 0,1 години?

### ЗАДАЧА 30.

Магазин «Культтовари» має торговельну площу 700 м<sup>2</sup> і реалізує товари широкої номенклатури через спеціалізовані секції. Відповідно до затвердженого обов'язкового асортиментного переліку товарів, у магазині повинно бути постійно в продажу 500 різновидів товарів. Протягом кварталу було здійснено три контрольні перевірки відповідності фактичної кількості різновидів, що є в продажу, до кількості різновидів, які передбачено асортиментним переліком. На момент перевірок у продажу були відсутні 118, 156, 170 видів.

Визначте коефіцієнт стійкості видового асортименту товарів у магазині.

### ЗАДАЧА 31.

Скласти прогноз товарообороту на наступний рік:

- 1) для торговельного підприємства в цілому;
- 2) для секції «Галантерейні вироби» на наступний рік і на I квартал.

Дані за звітний рік: товарооборот торговельного підприємства склав 5750 тис. грн., зокрема по секції «Галантерейні вироби» – 3450 тис. грн.

Завдання на наступний рік:

- а) товарооборот має зрости на 3%;
- б) питома вага галантерейних виробів у сумі товарообороту збільшиться на 2%;
- в) частка планового товарообороту секції галантерейних виробів у I кварталі відносно річного плану товарообороту цієї ж секції визначена у розмірі 24%.

### ЗАДАЧА 32.

У групі продовольчих товарів норматив товарних запасів по бакалійних товарах розраховується методом техніко-економічних розрахунків. При цьому є наступна інформація про асортимент і постачання товарів. Загальна кількість асортиментних різновидів бакалійних товарів на підприємстві - 50 од. при середній ціні 7,50 грн., в кожній партії постачання, яке здійснюється з інтервалом в 3 дні, завозиться 5 од. асортиментних різновидів, що не повторюються. Час на приймання і підготовку товару до продажу - 0,4 дні, гарантійний запас складає 25% запасу поточного поповнення. Одноденний товарооборот по бакалійних товарах складе в планованому році 3 тис. грн.

### ЗАДАЧА 33.

Розрахувати норматив товарного запасу на кінець 2017 р. на основі модифікованої моделі Уілсона.

Рік	Товарооборот, тис. грн.	Товарний запас, тис. грн.
2014	2958,0	198,3
2015	1587,9	242,2
2016	550,5	283,8

### ЗАДАЧА 34.

Проаналізувати товарооборот торговельного підприємства у розрізі окремих секцій та відділів підприємства (включаючи дрібнороздрібну мережу).

Відділи	Минулий рік	План (звітний рік)		Факт (звітний рік)		% виконання плану	Динаміка товарообороту (%)
		Сума	%	Сума	%		
№1	340	345		356,3			
№2	380	385		392,5			
№3	300	315		325,0			
№4	180	175		176,2			
Разом	1200	1220		1250			

### ЗАДАЧА 35.

Проаналізувати динаміку товарообороту магазину, якщо товарооборот 2016 р. склав 1650 тис. грн., приріст обсягу надходження товарів у 2017 р. дорівнює 2%, що становить 33 тис. грн., товарні запаси у 2017 р. знизились на 120 тис. грн. Інші документовані витрати товарів у 2017р. склали 12 тис. грн.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Стратегическое управление. Пер. с англ. Экономика, 1989. 519 с.
2. Афанасьев М. В. Оцінка ефективності організаційно-технічних заходів: Навчальний посібник. Видавничий Дім "ІНЖЕК", 2013. 288 с.
3. Багиев Г. Л., Аренов И. А. Основы маркетинговых исследований: Учебное пособие. СПб: Изд-во СПбУЭФ, 2017. 93 с.
4. Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання – Прес, 2016. 645 с.
5. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Організація праці менеджера: навч. посібник. М-во освіти України. К.: Професіонал, 2017. 303 с.
6. Беднарчук М. С., Полікарпов І. С., Шумський О. В. Біржові товари: тексти лекцій для студ. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Л., 2003. 123 с.
7. Богоявленська Ю.В., Ходаківський Є.І. Економіка і менеджмент праці: навч. посібник. К.: Кондор, 2015. 332 с.
8. Бойчик І. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Атіка, 2015. 480 с.
9. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан І.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Львів, СПОДОМ, 1999.
10. Бондаренко О.О. Формування та планування додаткової потреби в персоналі. Економіка та держава. 2015. №4. С. 61-64.
11. Бузько И. Р. Экономический риск. Донецк: ИЭП НАН Украины, 1996. 331 с.
12. Васильченко В.С. Державне регулювання зайнятості. К.: КНЕУ, 2003. 289 с.
13. Галузевий маркетинг: Навч. посібник для студ. екон. спец. А. Демянов, Є. В. Савельєв, Д. А. Штефаніч та ін. К.: Терноп. академія н/г., 2017. 176 с.
14. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.
15. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч. посібник. К.: Вища школа, 1994. 256 с.
16. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Центр навч. л-ри, 2006. 488 с.
17. Грузинов В. П. Экономика предприятия: Учеб. для вузов. М.: ЮНИТИ, 1998. 256 с.
18. Дойл П. Менеджмент: стратегия и тактика. Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 1999. 560 с.
19. Дудяк Р. П. Організація біржової діяльності: основи теорії і практикum: навч. посіб. 2-ге вид., доп. К.: Магнолія плюс, 2003. 359 с.
20. Економіка виробничого підприємництва: Навчальний посібник. За ред. І.М. Петрович. Львів: Оксарт, 2013. 198 с.
21. Економіка підприємства : навч. посіб. Крайник О. П.; за ред. О. П. Крайник. Л. : Интеллект-Захід, 2015. 296 с.
22. Економіка підприємства : підручник. За заг. ред. С. Ф. Покропивного. Вид. 2-е, переробл. та доповн. К.: КНЕУ, 2010. 528 с.
23. Економіка підприємства : підручник. Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Семенів О. М. та ін.; за заг. ред. Й. М. Петровича. Л. : Новий світ-2000, 2014. 680 с.

24. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навчальний посібник. С.Ф. Покропивний, Г.О. Швиданенко, О.С. Федонін та ін. Київ: КНЕУ, 2011. 328 с.
25. Економіка підприємства: зб. тестів і задач : навч. посіб. А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак та ін. К. : Центр учб. л-ри, 2010. 240 с.
26. Економіка підприємства: Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник. С. Ф. Покропивний, Г. О. Швиданенко, О. С. Федонін та ін.; За ред. С. Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2000. 256 с.
27. Економіка підприємства: Навч. посіб. А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. К.: Знання-Прес, 2001. 242 с.
28. Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисц. Швиданенко Г.О., Покропивний С.Г., Клименко СМ. та інші. К.: КНЕУ, 2000. 248 с
29. Економіка підприємства: Опорний конспект лекцій. Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко, М. М. Скотнікова, І. О. Чаюн. К.: КНТЕУ, 2002. 212 с.
30. Економіка підприємства: Підручник. За ред. А.В.Шегди. К.: Знання, 2006. 614 с.
31. Економіка підприємства: Підручник. За ред. С. Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2001. 188 с.
32. Економіка підприємства: Посібник. За ред. П. С. Харіва. Тернопіль: Екон. думка, 2000. 254 с.
33. Економіка підприємства: Структурно-логічний навч. посібник. За ред. С.Ф. Покропивного. К. КНЕУ, 2011. 457 с.
34. Економіка торговельного підприємства: Підручник. За ред. проф. Н.М. Ушакової. К.: «Хрещатик», 1999. 146 с.
35. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса: Концепции и методы планирования: Учеб. пособие. М.: Финпресс, 1998. 192 с.
36. Ильин А.И. Планирование на предприятии: Учеб. пособие: В 2 ч. Мн.: Минсанта, 1998. Ч. 1. 294 с.
37. Кононенко І. В. Основи біржового права: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 576 с.
38. Крайник О.П. Економіка підприємства: Навч. посібник. Львів.: «Інтелект-Захід», 2005. 296 с.
39. Крамаренко В. І. Біржова діяльність: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2003. 264 с.
40. Кривов'язюк І. В. Підприємство в умовах ринку : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Кондор, 2009. 840 с.
41. Круглов М.И. Стратегическое управление корпорацией: Учеб. для вузов. М.: Рус. деловая лит., 1998. 768 с.
42. Маркетинг: Ситуаційні вправи: Навч. посібник. Упоряд.: О. І. Сидоренко, П. С. Редько. 2–ге. К.: Навч. – метод. центр «Консорціум» із удоскон. менеджмент – освіти в Україні», 2004. 504 с.
43. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. М.: ИНФРА-М, 1999. 287 с.
44. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М.: «Дело», 2014. 702 с.



45. Митяй О.В. Проектний аналіз: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 311 с.
46. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. Маркетинг: Підручник. 2-е вид. Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно – видавничий центр «Інтелект + Інститут після дипломної освіти»), «Інтелект захід», 2012. 244 с.
47. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. ТОВ «УВПК “ЕксОб»», 2002. 560 с.
48. Обротько Б. А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: навч. посіб. К.: МАУП, 2003. 264 с.
49. Панов А.И. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 240 с.
50. Полінкевич О. М., Волинець І. Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 336 с.
51. Полінкевич О. М., Волинець І. Г. Управління стратегічними змінами та інноваціями на підприємстві: навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 352 с.  
URL: <http://www.esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/15845?mode=simple>.
52. Портер М. Стратегія конкуренції. К.: Основи, 1998. 390 с.
53. Потенціал і розвиток бізнесу: навч. посіб. За ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Луцьк : Вежа-Друк, 2019. 592 с.
54. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг. Навч. посібник. К.:Вища школа, 1994. 256 с.
55. Родионова В.Н., Федоркова Н.В., Чекменев А.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. Пособие. М.: Издательство РИОР, 2016. 81 с.
56. Руделиус У. Маркетинг. Москва: ДеНово, 2011. 706 с.
57. Сідун В. А., Пономарьова Ю. В. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-е, переробл. та доповн. К. : Центр навч. л-ри, 2006. 356 с.
58. Солодкий М. О. Біржовий ринок: навч. посіб. – К.: Джерело, 2002. – 336 с.
59. Сохацька О. М. Біржова справа: підручник. 2-ге вид. змін. й доп. Тернопіль: Карт-бланш, К. : Кондор, 2008. 632 с.

Навчально-методичне видання

**Полінкевич** Оксана Миколаївна  
**Ліпич** Любов Григорівна  
**Данилюк** Тетяна Іллівна  
**Лялюк** Алла Миколаївна  
**Бортнік** Світлана Миколаївна  
**Скорук** Олена Володимирівна  
**Шостак** Людмила Василівна  
**Волинець** Ірина Григорівна

*Збірник завдань  
на комплексний державний екзамен для освітньо-професійної  
програми «Бізнес-економіка» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та  
біржова діяльність»*

Друкується в авторській редакції

Підписано до друку 20.02.2020. Формат 60x84//16  
Ум.друк.арк. 2,8. Тираж 100  
Папір офсетний. Гарнітура Times. Друк офсетний