

20.05.2022

Група ТУ-1

Урок 75

**Тестові завдання до теми
ПАКУВАННЯ ТА ЗБЕРІГАННЯ ТОВАРІВ**

1. Зберігання товарів - це...?

А. Етап технологічного циклу товароруху від випуску готової продукції до доставки її продавцю, ціль якого - забезпечення стабільності вихідних властивостей.

Б. Сукупність зовнішніх впливів навколошнього середовища, обумовлених режимом зберігання і розміщенням товарів у сховищі: їх вибирають залежно від властивостей товарів.

В. Етап технологічного циклу товароруху від випуску готової продукції до споживання чи утилізації, метою якого є забезпечення стабільності вихідних властивостей або їх зміна з мінімальними втратами.

Г. Етап технологічного циклу товароруху від випуску готової продукції до відвантаження її на склад.

Д. Немає правильної відповіді.

2. Які види пакування розрізняють за місцем його здійснення?

А. Виробниче та торговельне.

Б. Споживне та транспортне.

В. Жорстке, напівжорстке, м'яке.

Г. У цистерни, бочки, банки, пляшки, контейнери, ящики тощо.

Д. Якісне та неякісне.

3. За призначенням пакування поділяють на:

А. Жорстке, напівжорстке, м'яке.

Б. Виробниче та торговельне.

В. Торговельне та транспортне.

Г. Споживне та транспортне.

Д. Збутове та виробниче.

4. Сукупність зовнішніх впливів навколошнього середовища, обумовлених режимом зберігання і розміщенням товарів у сховищі - це:

А. Умови зберігання.

Б. Режими зберігання.

В. Властивості зберігання.

Г. Правила зберігання.

Д. Принципи зберігання.

5. Яке правило розміщення товарів на зберігання встановлює вимоги до сумісного зберігання товарів з однаковими режимами зберігання?

А. Раціональність експлуатації складів.

Б. Забезпечення механізації робіт.

В. Правило товарного сусідства.

Г. Безпеки.

Д. Ефективності.

6. Як називається показник, що відображає фактичну кількість водяних парів, що міститься у повітрі при даній температурі ?

- А. Температура повітря.
- Б. Відносна вологість повітря.
- В. Абсолютна вологість повітря.
- Г. Повітрообмін.
- Д. Газовий склад повітря.

7. Як називається принцип зберігання товарів, який полягає в охоронні товарів від дії кліматичних та інших несприятливих умов під час транспортування та зберігання?

- А. Принцип економічної ефективності зберігання.
- Б. Принцип систематичності контролю.
- В. Принцип інформаційного забезпечення.
- Г. Принцип безперервності додержання умов зберігання.
- Д. Принцип захисту від несприятливих зовнішніх дій.

8. В чому полягає принцип економічної ефективності зберігання?

- А. В здатності вибраних методів зберігати товари з найменшими втратами на зберігання.
- Б. В охоронні товарів від дії кліматичних та інших несприятливих умов під час транспортування та зберігання.
- В. В обов'язковому додержанні на всіх етапах просування товарів заданих вимог до кліматичного і санітарно-гігієнічного режимів.
- Г. В доведенні до зацікавлених суб'єктів необхідних відомостей стосовно умов та термінів зберігання.
- Д. В проведенні періодичного контролю на всіх етапах технологічного циклу, а при тривалому зберіганні - через певні проміжки часу.

9. Як називається принцип зберігання товарів, який полягає в доведенні до зацікавлених суб'єктів необхідних відомостей стосовно умов та термінів зберігання товарів?

- А. Принцип економічної ефективності зберігання.
- Б. Принцип систематичності контролю.
- В. Принцип інформаційного забезпечення.
- Г. Принцип безперервності додержання умов зберігання.
- Д. Принцип захисту від несприятливих зовнішніх дій.

10. Що характеризує показник «відносна вологість повітря»?

- А. Інтенсивність і кратність обміну повітря в навколишньому середовищі.
- Б. Ступінь насиченості повітря водяною парою.
- В. Склад газів у навколишньому середовищі.
- Г. Інтенсивність світла в сховищі.
- Д. Стан забруднення об'єктів зберігання та навколишнього середовища, що перевищує встановлені норми

Організація товарознавства
Максютенко І.Є.
irikmax@gmail.com

Тестові завдання до теми ТОВАРОПРОСУВАННЯ

1. Ринок товарів споживчого призначення складається з:

- 1) підприємств, які купують товари для їх подальшої реалізації споживачам;
- 2) покупців, які купують товари для особистого споживання;
- 3) людей, які купують товари для продажу;
- 4) окремих осіб, які купують промислові товари;
- 5) фірм - виробників готової продукції.

2. На якій стадії життєвого циклу товару фірма отримує максимальний прибуток:

- 1) впровадження;
- 2) спаду;
- 3) зрілості;
- 4) зростання.

3. Фірма, що випускає легкові автомобілі, здійснює діяльність на ринку в період його скорочення. Просуваючи товар на ринок, фірма повинна основний упор робити на:

- 1) низьких цінах;
- 2) стилі своїх автомобілів;
- 3) цінності для споживача і практичності автомобілів;
- 4) престижності придбання нового автомобіля;
- 5) різноманітності кольорів та оздоблення.

4. Канал розподілу «виробник - посередник - споживач» швидше за все вибере фірма, що випускає:

- 1) жувальну гумку;
- 2) сигарети;
- 3) автомобілі;
- 4) миючі засоби.

5. Фірма, що випускає трикотажні вироби (білизна та панчішні вироби), реалізовувала їх через мережу спеціалізованих магазинів. В останній рік фірма почала пакувати частину своєї продукції в спеціальну упаковку і продавати вироби в супермаркетах. Успіх фірми можна в даному випадку пояснити інноваціями:

- 1) виробництва;
- 2) реалізації;
- 3) просування на ринок;

4) цінової політики.

6. Основні недоліки особистих продажів:

- 1) контакти в процесі особистих продажів не так добре запам'ятовуються споживачем, як рекламні повідомлення;
- 2) агент, який здійснює особисті продажу, не в змозі повідомити всю необхідну інформацію про товар і фірму;
- 3) персональні продажі - дуже дорогий засіб просування товару з точки зору витрат на один контакт;
- 4) персональний продаж не забезпечують негайну зворотний зв'язок;
- 5) персональні продажі несумісні з іншими видами діяльності з просування товару на ринок.

7. Сегментація - це:

- 1) поділ у відповідності до потреб споживачів на однорідні групи;
- 2) визначення місця для свого товару в ряду аналогів.

8. Позиціонування - це:

- 1) поділ споживачів на однорідні групи відповідно до потреб;
- 2) визначення місця для свого товару в ряду аналогів.

9. Інтенсивний розподіл передбачає:

- a) забезпечення запасами продукції якомога більшої кількості торгових підприємств.
- b) навмисно обмежену кількість посередників, які торгують цією продукцією в межах збиткових територій.
- c) середнє між методами інтенсивного та ексклюзивного розподілів.

10. Розташуйте вірно етапи алгоритму вибору каналу розподілу:

- a) визначення потреби у виборі каналу; постановка та координація цілей розподілу;
- b) вибір структури каналу розподілу;
- c) специфікація завдань розподілу; розробка можливих альтернатив розподілу;
- d) вибір суб'єктів каналу розподілу та системи управління ними.
- e) вибір оптимального каналу розподілу;

11. Критерієм вибору каналів розподілу НЕ вважається:

- a) Чистий прибуток від збиткової діяльності з використанням цього каналу у період, що досліджується.
- b) Рентабельність витрат обігу, пов'язаних з розповсюдженням товару через цей канал у період, що досліджується.
- c) Рентабельність обігу з реалізації товару.
- d) Можливість мотивації каналу розподілу.

12. Фінансовий підхід до вибору каналу розподілу передбачає:

- a) порівняння можливого приросту капіталу у кожній з альтернативних структур каналу розподілу,
- b) дослідження розподілу з використанням теорії рішень.
- c) використання конкретних поглядів маркетолога на функціонування каналів розподілу.
- d) задоволення товаром потреб споживачів.

13. Товарний підхід до вибору каналу розподілу передбачає:

- a) порівняння можливого приросту капіталу у кожній з альтернативних структур каналу розподілу,
- b) дослідження розподілу з використанням теорії рішень.
- c) використання конкретних поглядів маркетолога на функціонування каналів розподілу.
- d) термін пошуку товару покупцями.

14. Фінансовий підхід до вибору каналу розподілу обирається за критерієм:

- a) різниці між доходами від його діяльності та інвестованим капіталом найбільша.
- b) вартість розв'язування задач розподілу на його окремих етапах для альтернативних каналів, вибрати оптимальний канал з погляду його найбільшої вартості та максимального прибутку.
- c) різниця між доходом від реалізації та його собівартістю