

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Экономический факультет

Кафедра коммерции и экономического анализа

СТАТИСТИКА РЫНКА

Тестовые задания для текущего контроля знаний бакалавров
экономического факультета всех направлений подготовки
и профилей

Брянск 2015

ББК 65.051
УДК 311
И 18

Иванюга Т.В. Статистика рынка. Тестовые задания для текущего контроля знаний бакалавров экономического факультета всех направлений подготовки и профилей / Т.В. Иванюга. Брянск. Издательство БГАУ, 2015. – 38 с.

Рецензент: доцент кафедры коммерции и экономического анализа, к.э.н. **Раевская А.В.**

Пособие содержит тестовые задания теоретического и расчетного характера, предназначенные для текущего контроля знаний бакалавров экономического факультета по дисциплине «Статистика рынка».

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом экономического факультета Брянского государственного университета протокол № 8 от 28 апреля 2015 г.

© Брянский ГАУ, 2015
© Т.В. Иванюга, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Статистика рынка продуктов и рынка услуг	5
Статистика товарооборота и товародвижения	10
Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости	14
Статистика конъюнктуры товарного рынка	18
Статистика инфраструктуры торгового предприятия	22
Статистика цен	26
Статистика эффективности деятельности торговой организации	32

Введение

Данное методическое пособие призвано помочь студентам самостоятельно закрепить знания, полученные на лекциях и практических занятиях. Оно предназначено для контроля самостоятельной работы по дисциплине «Статистика рынка» и охватывает темы: **Статистика рынка продуктов и рынка услуг**, Статистика товарооборота и товародвижения, Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости, Статистика конъюнктуры товарного рынка, **Статистика инфраструктуры торгового предприятия**, Статистика цен, Статистика эффективности **Статистика эффективности деятельности торговой организации**.

По каждой теме приведены тесты-вопросы, построенные с различной степенью сложности: от простых понятий и формул до сложных, комбинированных вопросов, требующих от студентов глубоких знаний. На каждый вопрос предлагается ряд ответов, выбирается один или несколько правильных ответов.

Для правильного ответа на вопросы тестов требуется не только знание теории, но и творческий подход, умение применять свои знания для решения практических задач.

Статистика рынка продуктов и рынка услуг

1. Товарный рынок – это:

- а) социально-экономическая система отношений купли-продажи между продавцами и покупателями;
- б) составная часть рыночной системы, механизм, обеспечивающий связь сферы производства и сферы потребления.

2. В состав товарного рынка входят рынки.....(продолжить).

3. Рынок продуктов подразделяется на.....(продолжить)

4. Какими факторами обусловлен масштаб рынка продуктов:

- а) объемом товарной массы, вовлеченной в товарное обращение и численностью потребителей, предъявляющих спрос на эти товары;
- б) объемом товаров, произведенных и находящихся в сфере производства и численностью потребителей, предъявляющих спрос на эти товары;
- в) спросом и предложением.

5. Возможность статистического изучения рынка обусловлена (продолжить)

6. Статистика рынка изучает процесс движения товаров:

- а) в экономическом и географическом пространстве;
- б) только в экономическом пространстве;
- в) только в географическом пространстве.

7. Предметом статистики рынка являются:

- а) товары;
- б) процесс обмена товара на деньги;
- в) массовые рыночные явления и процессы, поддающиеся количественной оценке.

8. Объектом рыночных отношений является:

- а) процесс обмена товара на деньги
- б) товар;
- в) сделка.

9. Входят ли в систему показателей статистики рынка показатели эффективности рыночной деятельности?

- а) не входят;
- б) входят.

10. Сколько блоков включает система показателей статистики рынка?

- а) три;
- б) четыре;
- в) пять.

12. Система показателей статистики товарного рынка включает следующие группы показателей:.... (продолжить).

13. Методология статистики рынка представляет собой ... (продолжить).

14. В СНС товары и услуги оцениваются в _____ ценах.

15. Какие сектора в СНС предназначены для отражения информации по отрасли «Торговля»?

- а) «Финансовые учреждения», «Остальной мир»;
- б) «Нефинансовые предприятия», «Остальной мир»;
- в) «Государственные учреждения», «Остальной мир».

16. Какой счет в СНС позволяет определить выпуск, промежуточное потребление и ВДС, а также налоги на производство и импорт в сфере товарного обращения?

- а) счет производства;
- б) счет образования доходов;
- в) счет распределения доходов;
- г) счет использования доходов.

17. Какой счет характеризует первичное распределение ВДС, создаваемой в отраслях сферы товарного обращения, между производителями различных торговых услуг, а также получение субсидий на формирование первичных доходов?

- а) счет производства;
- б) счет образования доходов;
- в) счет распределения доходов;
- г) счет использования доходов.

18. Какой счет характеризует использование валового располагаемого дохода на конечное потребление и валовое накопление?

- а) счет производства;
- б) счет образования доходов;
- в) счет распределения доходов;
- г) счет использования доходов.

19. На основании данных какого счета в СНС рассчитывается доля сферы обращения в ВВП?

- а) распределения доходов;
- б) использования доходов;
- в) производства.

20. На основании данных какого счета в СНС рассчитывается прибыльность сферы обращения?

- а) образования доходов;
- б) использования доходов;
- в) производства.

21. Валовая добавленная стоимость сферы товарного обращения определяется:

- а) как сумма торговой наценки, получаемой как разность между ценой продажи и ценой покупки товара;
- б) как разность между выпуском и промежуточным потреблением;
- в) как разность между валовым доходом и издержками обращения.

22. Является ли сфера услуг в России производственной?

- а) является;
- б) не является.

23. Услуга – это..... (продолжить)

24. Какие услуги относятся к рыночным?

- а) которые реализуются по экономически незначимым ценам;
- б) которые реализуются по экономически значимым ценам;
- в) которые предназначены для производственного потребления;
- г) которые предназначены для непроизводственного потребления.

25. Экономически значимая цена услуги – цена, которая (продолжить).

26. Рынок услуг представляет собой (продолжить).

27. Рынок покупателя услуг характеризуется превышением:

- а) предложения услуг над спросом;
- б) спроса над предложением услуг.

28. Рынок производителя услуг характеризуется превышением:

- а) предложения услуг над спросом;
- б) спроса над предложением услуг.

29. Исходя из сферы деятельности различают услуги:

- а) государственные и частные;
- б) материальные и нематериальные;
- в) производственные и потребительские.

30. По назначению различают услуги:

- а) государственные и частные;
- б) материальные и нематериальные;
- в) производственные и потребительские.

31. Услуги в системе образования относят к:

- а) платным услугам;
- б) бесплатным услугам.

32. Ёмкость рынка услуг – это:

- а) потребность общества и отдельных его членов в какой-либо услуге, обеспеченная денежными ресурсами;
- б) количество платных услуг, которые могут быть поставлены на рынок юридическими и физическими лицами;
- в) предложение услуг, которые могут быть реализованы в объём на платёжные средства покупателей при данном уровне цен и покупательной способности рубля.

33. Предложение товара-услуги – это:

- а) потребность общества и отдельных его членов в какой-либо услуге, обеспеченная денежными ресурсами;
- б) количество платных услуг, которые могут быть поставлены на рынок юридическими и физическими лицами;
- в) предложение услуг, которые могут быть реализованы в объём на платёжные средства покупателей при данном уровне цен и покупательной способности рубля.

34. К статистическим показателям инфраструктуры рынка услуг не относятся:

- а) число, мощность, техническая оснащённость производителей услуг;
- б) объём реализации услуг населению и индексы цен;
- в) валовая добавленная стоимость сферы услуг.

35. К показателям состояния и сбалансированности рынка услуг относятся:

- а) устойчивость и эластичность цен;
- б) объём и сбалансированность трудовых, материальных, финансовых ресурсов;
- в) соотношение спроса и предложения, ёмкость рынка.

Статистика товарооборота и товародвижения

1. Что не относится к понятию «товарооборот»?

- а) процесс купли-продажи, обмена товара на деньги;
- в) количественный измеритель объема продажи (покупки) товаров в стоимостных единицах;
- в) смена собственности на товар.

2. В статистике товарооборот рассматривается с позиции:

- а) покупателя;
- б) продавца.

3. Товародвижение – это:

а) совокупность фирм и частных лиц, осуществляющих доведение товара от производителя до потребителя, а также последовательность, в которой они участвуют в этом процессе;

б) перемещение товара в экономическом и географическом пространстве, при котором товар из сферы производства переходит в сферу товарного обращения;

в) число переходов товара от одного посредника к другому.

4. Что не отражает движение товара в экономическом пространстве?

- а) смена прав собственности на товар;
- б) перемещение товара из одного географического пункта в другой;
- в) переход товара от одного владельца к другому.

5. Складская звенность товародвижения это:

- а) число переходов товара от одного посредника к другому;
- б) число перевозок товара из одного склада в другой;
- в) всё вышеперечисленное верно.

6. Канал товародвижения – это:

- а) число переходов товара от одного посредника к другому;
- б) число перевозок товара из одного склада в другой;
- в) совокупность юридических и физических субъектов, осуществляющих доведение товара от производителя до потребителя.

7. Источником статистической информации о товарообороте торговых организаций является (продолжить).

8. Валовой товарооборот – это:

- а) реальный объем товара, проданный потребителю;
- б) сумма всех продаж товаров на пути движения от производителя к потребителю;
- в) число перепродаж товара потребителю;
- г) сумма продаж товаров за пределы торговой сети;
- д) продажа товара крупными партиями производственными сбытовыми, торговыми предприятиями другим торговым предприятиям для последующей перепродажи, а также производственным и массовым потребителям.

9. Розничный товарооборот – это:

- а) реальный объем товара, проданный потребителю;
- б) сумма всех продаж товаров на пути движения от производителя к потребителю;
- в) число перепродаж товара потребителю;
- г) стоимость товаров, проданных населению за наличный расчет, стоимость продовольственных товаров отпущенных из розничной торговой сети организациям социальной сферы для питания обслуживаемых ими категорий населения;
- д) оборот розничной торговли и общественного питания.

10. Чистый товарооборот – это:

- а) реальный объем товара, проданного потребителю;

б) сумма всех продаж товаров на пути движения от производителя к потребителю;

в) сумма продаж товаров за пределы торговой сети;

г) продажа товара крупными партиями массовым потребителям или торговым организациям.

11. Оптовый товароборот – это:

а) реальный объем товара, проданного потребителю;

б) сумма всех продаж товаров на пути движения от производителя к потребителю;

в) число перепродаж товара потребителю;

г) сумма продаж товаров за пределы торговой сети;

д) продажа товара крупными партиями массовым потребителям или торговым организациям.

12. Коэффициент звенности товародвижения рассчитывается путем соотношения:

а) объема оптового и розничного товарооборота;

б) объема валового и чистого товарооборота;

в) объема розничного и чистого товарооборота;

г) объема чистого и валового товарооборота.

13. Какой из показателей не относится к абсолютным показателям розничного товарооборота?

а) розничный товароборот розничной торговой сети;

б) покупка товаров на одного члена семьи (домохозяйство);

в) розничный товароборот предприятий массового питания.

14. К показателям структуры товарооборота относятся:

а) доля отдельных социальных групп населения в общем объеме покупок продуктов и услуг;

б) розничный товароборот на душу населения;

в) доля отдельных социальных групп населения в общем объеме покупок продуктов и услуг.

15. Абсолютный прирост товарооборота определяется: $\Delta T = D_1 S_1 - D_0 S_0$. Определите прибавку товарооборота (в сопоставимых ценах) за счет изменения цен:

а) $\Delta T = \frac{D_1 S_1}{Jp} - D_0 S_0$

б) $\Delta T = (D_1 S_1 - \Delta T_{(p)}) - D_0 S_1$

в) $\Delta T = D_0 S_1 - D_0 S_0$

16. Абсолютный прирост товарооборота определяется: $\Delta T = D_1 S_1 - D_0 S_0$. Определите прибавку товарооборота (в сопоставимых ценах) за счет изменения душевого товарооборота:

а) $\Delta T = \frac{D_1 S_1}{Jp} - D_0 S_0$

б) $\Delta T = (D_1 S_1 - \Delta T_{(p)}) - D_0 S_1$

в) $\Delta T = D_0 S_1 - D_0 S_0$

17. Абсолютный прирост товарооборота определяется: $\Delta T = D_1 S_1 - D_0 S_0$. Определите прибавку товарооборота (в сопоставимых ценах) за счет изменения численности населения:

а) $\Delta T = \frac{D_1 S_1}{Jp} - D_0 S_0$

б) $\Delta T = (D_1 S_1 - \Delta T_{(p)}) - D_0 S_1$

в) $\Delta T = D_0 S_1 - D_0 S_0$

18. Розничный товарооборот в динамике увеличился на 2%, увеличение объема продаж составило 6,1%. При этом индекс цен:

а) увеличился на 8,2%;

б) увеличился на 8,1%;

в) уменьшился на 4,1%;

г) уменьшился на 3,9%.

Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости

1. Товарооборачиваемость – это:

- а) законченный процесс перехода товара из сферы обращения в сферу потребления;
- б) реальный объем товара, проданный потребителю;
- в) соотношение спроса на товар и его предложение.

2. Скорость товарооборота – это:

- а) законченный процесс перехода товара из сферы обращения в сферу потребления;
- б) число оборотов товара до момента их продажи;
- в) соотношение спроса на товар и его предложение;
- г) число дней, в течение которых товары находятся в форме товарного запаса.

3. Время обращения товаров – это:

- а) законченный процесс перехода товара из сферы обращения в сферу потребления;
- б) время, в течение которого товары находились на предприятии с момента оплаты счета поставщиков до момента их продажи;
- в) соотношение спроса на товар и его предложение;
- г) число дней, в течение которых товары находятся в форме товарного запаса.

4. Что не относится к понятию «товарный запас»?

- а) совокупность товарной массы, находящейся в сфере обращения и предназначенной для продажи;
- б) товар, ожидающий момента продажи;
- в) объем товара, проданный потребителю.

5. Что представляет собой товарооборачиваемость для торгового предприятия?

- а) характеристика процессов возобновления товарных запасов в торговой сфере, определяемая на основе скорости товарооборота и времени обращения товаров;

б) среднее время обращения товарного запаса за определенный период.

6. Источниками статистической информации о товарных запасах являются(продолжить).

7. Запасоемкость определяется соотношением:

а) товарооборота i –го товара и средних товарных запасов i –го товара;

б) товарных запасов на конец периода и товарооборота за период;

в) запасов i –го товара на конец периода и однодневного товарооборота;

г) средних запасов i –го товара за период и однодневного товарооборота.

8. Обеспеченность товарооборота товарными запасами определяется соотношением:

а) товарооборота i –го товара и средних товарных запасов i –го товара;

б) товарных запасов на конец периода и товарооборота за период;

в) запасов i –го товара на конец периода и однодневного товарооборота;

г) числа дней в периоде и скорости товарного обращения.

9. Количество оборотов товара определяется соотношением:

а) товарооборота i –го товара и средних товарных запасов i –го товара;

б) запасов i –го товара на конец периода и однодневного товарооборота;

в) числа дней в периоде и скорости товарного обращения;

г) средних запасов i –го товара за период и однодневного товарооборота.

10. Продолжительность оборота товара (время обращения) определяется соотношением:

а) товарооборота i –го товара и средних товарных запасов i –го товара;

б) товарных запасов на конец периода и товарооборота за период;

в) запасов i –го товара на конец периода и однодневного товарооборота;

г) числа дней в периоде и скорости товарного обращения.

11. Отклонение товарных запасов от оптимального их размера в днях оборота определяется:

а) $Z_{ni} - (N_i * (\frac{O_i}{t}));$

б) $(\frac{Z_n}{O_i/t}) - N_i$

12. Отклонение товарных запасов от оптимального их размера по стоимости определяется:

а) $Z_{ni} - (N_i * (\frac{O_i}{t}));$

б) $(\frac{Z_n}{O_i/t}) - N_i$

13. К показателям структуры товарных запасов не относится:

а) удельный вес товарооборота отдельных групп товаров в общем объеме товарооборота;

б) удельный вес отдельных товаров, товарных групп в общем объеме товарных запасов;

в) удельный вес товарных запасов в общем объеме созданных ресурсов.

14. Укажите индекс средней скорости товарооборота:

$$\text{а) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_1} \div \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0}{\sum \bar{C}_0};$$

$$\text{б) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1};$$

$$\text{в) } J = \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0} \div \frac{\sum \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_0}$$

15. Укажите индексы переменного состава:

$$\text{а) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_1} \div \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0}{\sum \bar{C}_0};$$

$$\text{б) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1};$$

$$\text{в) } J = \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0} \div \frac{\sum \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_0}$$

16. Укажите индекс постоянного состава:

$$\text{а) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_1} \div \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0}{\sum \bar{C}_0};$$

$$\text{б) } J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1};$$

$$\text{в) } J = \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0} \div \frac{\sum \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_0}$$

17. Что отражает индекс времени обращения отдельных товаров $J_B = \frac{\sum B_1 m_1}{\sum B_0 m_1}$?

а) предприятие производит дополнительные вложения средств в связи с замедлением товарооборачиваемости;

б) предприятие высвобождает средства в связи с ускорением товарооборачиваемости;

в) всё перечисленное верно;

г) всё перечисленное неверно.

18. Укажите индекс структуры товарооборота:

а) $J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_1} \div \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0}{\sum \bar{C}_0}$;

б) $J = \frac{\sum C_1 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1}$;

в) $J = \frac{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_1}{\sum \tilde{N}_0 \bar{C}_0} \div \frac{\sum \bar{C}_1}{\sum \bar{C}_0}$

19. Если в индексе времени обращения отдельных товаров $J_B = \frac{\sum B_1 m_1}{\sum B_0 m_1}$ числитель меньше знаменателя, то:

а) предприятие снижает эффективность своей деятельности и вкладывает дополнительные средства;

б) предприятие повышает эффективность своей деятельности и высвобождает средства из оборота.

Статистика конъюнктуры товарного рынка

1. Конъюнктура рынка – это:

а) конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный конкретный момент или за ограниченный отрезок времени под воздействием комплекса факторов;

б) совокупность условий, определяющих рыночную ситуацию, т.е. соотношение спроса и предложения, тенденции развития рынка, степень устойчивости его пара-

метров, степень деловой активности, уровень рыночного риска;

в) всё перечисленное верно.

2. Раздел рынка между предприятиями оценивается:

а) числом продавцов, выступающих на рынке, в т. ч. посредников;

б) заполненностью портфеля заказов;

в) удельным весом товарооборота данного предприятия в общем объеме продаж на рынке.

3. Сколько товаров может быть поставлено на рынок и сколько товаров рынок может приобрести – это:

а) рыночная конъюнктура;

б) потенциал рынка;

в) насыщенность рынка.

4. Емкость рынка обусловлена:

а) товарным предложением;

б) покупательским спросом;

в) все перечисленное верно.

5. Изменение предложения товаров, вызванное изменением цен на ресурсы и готовую продукцию – это(продолжить).

6. Изменение спроса от цены, дохода потребителей – это (продолжить).

7. Спрос опережает предложение если:

а) увеличивается объем товарных запасов;

б) уменьшается объем товарных запасов.

8. Тенденция развития рынка – это:

а) экономическое и статистическое понятие, характеризующее закономерность изменения основных параметров рынка во времени;

б) экономическое и статистическое понятие, характеризующее закономерность изменения основных параметров рынка в пространстве.

9. Коэффициент вариации характеризует устойчивость (колеблемость) развития рынка:

- а) во времени;
- б) в пространстве.

10. Внутригодовые постоянно повторяющиеся колебания спроса и предложения – это...(продолжить).

11. Вариация цен в пределах одного товара или товарной группы оценивается с использованием среднего квадратического отклонения

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (p_i - \bar{p})^2 \cdot q_i}{\sum q_i}}$$

Можно ли использовать вместо \bar{p} модальную цену?

- а) можно;
- б) нельзя.

12. Чем больше величина среднего квадратического отклонения, тем совокупность товаров:

- а) более однородна;
- б) менее однородна.

13. При анализе вариация цен по территории рассчитывается средний уровень цен с учетом:

- а) числа потребителей;
- б) количества проданных товаров.

14. Укажите индекс цен переменного состава:

а) $J = \frac{\bar{p}_1}{\bar{p}_0} = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1} \div \frac{\sum q_0 p_0}{\sum q_0}$

б) $J = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_0}$

в) $J = \frac{\sum q_1 p_0}{\sum q_0 p_0} \div \frac{\sum q_1}{\sum q_0}$

15. Процентное изменение результирующего признака (спроса или предложения) при увеличении факторного признака (цены, дохода) на 1% отражает коэффициент:

- а) аппроксимации;
- б) эластичности;
- в) вариации.

16. Коэффициент эластичности зависимости спроса или предложения от какого-либо фактора вычисляется по формуле:

а) $\mathcal{E} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \div \frac{y_0}{x_0}$

б) $\dot{Y} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{y_0}{x_0}$

в) $\dot{Y} = \frac{\Delta y}{\Delta x} - \frac{y_0}{x_0}$

г) $\dot{Y} = \frac{\Delta y}{\Delta x} + \frac{y_0}{x_0}$

17. Коэффициент эластичности зависимости спроса от дохода равен 1,11%, следовательно:

- а) с ростом доходов на 1% увеличивается рост продаж товара на 1,11%;
- б) с ростом доходов на 1% увеличивается рост продаж товара на 0,11%;
- в) с ростом доходов на 1% сокращается объем продаж товара на 1,11%.

18. Величина коэффициента эластичности меньше 1, следовательно:

- а) товар слабоэластичен;
- б) товар мало эластичен или неэластичен;
- в) товар является эластичным или сильно эластичным.

Статистика инфраструктуры торгового предприятия

1. Инфраструктура торгового предприятия – это:

а) совокупность вспомогательных подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы, хозяйственно - экономическую и финансовую деятельность предприятия;

б) материально – техническая база предприятия;

в) службы и сооружения, необходимые для его деятельности.

2. Рыночная инфраструктура – это:

а) совокупность вспомогательных подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих основные рыночные процессы, хозяйственно- экономическую и финансовую деятельность предприятия;

б) материально – техническая база предприятия;

в) службы и сооружения, необходимые для его деятельности.

3. Торговое предприятие – это:

а) предприятие, осуществляющее функцию торговли;

б) юридическое лицо, обладающее экономической, организационной и хозяйственной самостоятельностью, выполняющее функции торговли, имеющее собственную или арендованную инфраструктуру;

в) отдельная единица торговой сети.

4. Для оценки среднего размера одного торгового предприятия применяются следующие показатели:

а) объем товарооборота;

б) сумма издержек обращения;

в) среднее число покупателей, обслуживаемых за единицу рабочего времени;

г) число мест для посетителей;

д) торговая площадь, в том числе площадь торгового зала.

5. Для оценки размера предприятия массового общественного питания применяются следующие показатели:

- а) объем товарооборота;
- б) сумма издержек обращения;
- в) среднее число покупателей, обслуживаемых за единицу рабочего времени;
- г) число мест для посетителей;
- д) площадь и емкость помещения.

6. Для оценки размера складов применяются следующие показатели:

- а) объем товарооборота;
- б) сумма издержек обращения;
- в) среднее число покупателей, обслуживаемых за единицу рабочего времени;
- г) число мест для посетителей;
- д) площадь и емкость помещения.

7. Число покупателей (клиентов), которые могут быть обслужены за единицу рабочего времени отражает:

- а) размер предприятия торговли (массового общественного питания);
- б) пропускную способность предприятия;
- в) типы и виды предприятий.

8. Обеспеченность покупателей торговыми предприятиями характеризуется следующими показателями:

- а) коэффициентом плотности предприятий;
- б) пропускной способностью предприятия;
- в) численностью предприятий.

9. Уровень обеспеченности предприятия торговли и сферы услуг оборудованием определяется по формулам:

- а) $N_{уст} / N_{норм}$
- б) $N_{уст} / N_{нал}$
- в) $N_{действ} / N_{уст}$

где: $N_{уст}$ - установленное оборудование; $N_{норм}$ – потребность в оборудовании (по нормативам); $N_{нал}$ – оборудование, имеющееся в наличии; $N_{действ}$ – действующее оборудование.

10. Уровень использования имеющегося на предприятии торговли и сферы услуг оборудования определяется по формулам:

а) $N_{уст} / N_{норм}$

б) $N_{уст} / N_{нал}$

в) $N_{действ} / N_{уст}$

где: $N_{уст}$ - установленное оборудование; $N_{норм}$ – потребность в оборудовании (по нормативам); $N_{нал}$ – оборудование, имеющееся в наличии; $N_{действ}$ – действующее оборудование.

11. Уровень использования установленного на предприятии торговли и сферы услуг оборудования определяется по формулам:

а) $N_{уст} / N_{норм}$

б) $N_{уст} / N_{нал}$

в) $N_{действ} / N_{уст}$

где: $N_{уст}$ - установленное оборудование; $N_{норм}$ – потребность в оборудовании (по нормативам); $N_{нал}$ – оборудование, имеющееся в наличии; $N_{действ}$ – действующее оборудование.

12. Основным методом статистического исследования рекламы является:

а) индексный метод;

б) метод обобщающих показателей;

в) выборочный метод.

13. Коэффициент обращения рекламы рассчитывается соотношением:

а) общей численности аудитории (потребителей) и количества экземпляров рекламных сообщений;

б) численности населения, находящегося под влиянием одного средства массовой информации и общей численности населения;

в) числа лиц, запомнивших и не запомнивших оцениваемый вид рекламы.

14. Норма полезного проникновения рекламы рассчитывается соотношением:

а) общей численности аудитории (потребителей) и количества экземпляров рекламных сообщений;

б) численности населения, находящегося под влиянием одного средства массовой информации и общей численности населения;

в) затрат на определенный вид рекламы и числа запросов от рекламо-получателей;

г) числа лиц, запомнивших и не запомнивших оцениваемый вид рекламы.

15. Показатель стоимости рекламного контракта рассчитывается соотношением:

а) общей численности аудитории (потребителей) и количества экземпляров рекламных сообщений;

б) затрат на определенный вид рекламы и числа запросов от рекламо-получателей;

в) суммы средств, уплаченной за рекламное объявление и численности читателей или числа проданных экземпляров издания;

г) доли потребителей товара, запомнивших рекламу и доли потребителей товара, не запомнивших рекламу.

16. Показатель внедрения рекламы рассчитывается соотношением:

а) общей численности аудитории (потребителей) и количества экземпляров рекламных сообщений;

б) численности населения, находящегося под влиянием одного средства массовой информации и общей численности населения;

в) числа лиц, запомнивших и не запомнивших оцениваемый вид рекламы;

г) доли потребителей товара, запомнивших рекламу и доли потребителей товара, не запомнивших рекламу.

17. Критерий экономической эффективности рекламы рассчитывается соотношением:

а) общей численности аудитории (потребителей) и количества экземпляров рекламных сообщений;

б) численности населения, находящегося под влиянием одного средства массовой информации и общей численности населения;

в) затрат на определенный вид рекламы и числа запросов от рекламо-получателей;

г) доли потребителей товара, запомнивших рекламу и доли потребителей товара, не запомнивших рекламу.

Статистика цен

1. Цена – экономическая категория, обусловленная:

а) товарным производством;

б) товарным обращением;

в) всё перечисленное верно.

2. Торговая наценка рассчитывается:

а) розничная цена – оптовая цена;

б) оптовая цена - розничная цена;

в) $(\text{розничная цена} - \text{оптовая цена}) / \text{оптовая цена} * 100\%$;

г) $(\text{розничная цена} - \text{оптовая цена}) / \text{розничная цена} * 100\%$.

3. Торговая скидка рассчитывается:

а) розничная цена – оптовая цена;

б) оптовая цена - розничная цена;

в) $(\text{розничная цена} - \text{оптовая цена}) / \text{оптовая цена} * 100\%$;

г) (розничная цена – оптовая цена) / розничная цена * 100%.

4. Какой индекс используется при анализе динамики уровня наценки предприятия общественного питания?

$$\text{а) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{б) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_0 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{в) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_1 p_0 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{г) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma 1 / \text{inp} * n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

5. Какой индекс используется при анализе изменения суммы наценки предприятия общественного питания вследствие динамики объема продаж?

$$\text{а) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{б) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_0 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{в) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_1 p_0 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\text{г) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma 1 / \text{inp} * n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

6. Какой индекс используется при анализе изменения суммы наценки предприятия общественного питания вследствие динамики наценки и количества реализованных товаров?

$$\text{а) } I_{\Sigma \text{прг}} = \frac{\Sigma n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0}$$

$$\begin{aligned} \text{б) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma n_0 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \\ \text{в) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma n_1 p_0 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \\ \text{г) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma 1 / \text{inp} * n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \end{aligned}$$

7. Какой индекс используется при анализе изменения суммы наценки предприятия общественного питания вследствие изменения количества реализованных товаров?

$$\begin{aligned} \text{а) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \\ \text{б) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma n_0 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \\ \text{в) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma n_1 p_0 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \\ \text{г) } I_{\Sigma \text{прг}} &= \frac{\Sigma 1 / \text{inp} * n_1 p_1 g_1}{\Sigma n_0 p_0 g_0} \end{aligned}$$

8. Индекс потребительских цен рассчитывается:

$$\begin{aligned} \text{а) } J &= \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0} \\ \text{б) } J &= \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0} \\ \text{в) } (J_p - 1) * 100\% \\ \text{г) } N &= \frac{J_1 - J_0}{J_1} \end{aligned}$$

9. Индекс – дефлятор валового внутреннего продукта рассчитывается:

$$\text{а) } J = \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0}$$

- б) $J = \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0}$
 в) $(J_p - 1) * 100\%$
 г) $N = \frac{J_1 - J_0}{J_1}$

10. Динамика инфляции оценивается по величине индекса:

- а) $J = \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0}$
 б) $J = \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0}$
 в) $(J_p - 1) * 100\%$
 г) $N = \frac{J_1 - J_0}{J_1}$

11. Размер инфляции рассчитывается:

- а) $J = \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0}$
 б) $J = \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0}$
 в) $(J_p - 1) * 100\%$
 г) $N = \frac{J_1 - J_0}{J_1}$

12. Уровень инфляции определяется:

- а) $J = \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0}$
 б) $J = \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0}$
 в) $(J_p - 1) * 100\%$
 г) $N = \frac{J_1 - J_0}{J_1}$
 д) $J = (ИПЦ_1 - ИПЦ_0) / ИПЦ_0 * 100\%$

13. Индекс покупательной способности рубля рассчитывается:

$$\text{а) } J = \frac{\Sigma g_0 p_1}{\Sigma g_0 p_0}$$

$$\text{б) } J = \frac{\Sigma g_1 p_1}{\Sigma g_1 p_0}$$

$$\text{в) } J = \frac{1}{J_p}$$

14. Индекс покупательной способности рубля отражает:

а) во сколько раз повысился уровень номинальной оплаты труда;

б) во сколько раз понизился уровень номинальной оплаты труда;

в) во сколько раз обесценились деньги;

г) насколько процентов увеличились цены.

15. Коэффициент эластичности спроса от цен рассчитывается:

$$\text{а) } K_{\text{эл}} = \frac{\Delta y}{\Delta x} / \frac{y_0}{x_0}$$

$$\text{б) } K_{\text{эл}} = \frac{\Delta x}{\Delta y} / \frac{y_0}{x_0}$$

$$\text{в) } K_{\text{эл}} = \frac{\Delta y}{\Delta x} / \frac{x_0}{y_0}$$

16. Коэффициент эластичности спроса от цен отражает:

а) абсолютное изменение спроса, приходящееся на каждую единицу изменения цены;

б) абсолютное изменение цены, приходящееся на каждую единицу изменения спроса;

в) процентное изменение спроса, приходящееся на каждый процент изменения цены;

г) процентное изменение цены, приходящееся на каждый процент изменения спроса.

17. Если стоимость продукции увеличилась, а количество продукции уменьшилось, то цены:

а) увеличились;

б) уменьшились;

в) не изменились.

18. Для оценки уровня инфляции используются следующие показатели:

а) сводный индекс потребительских цен;

б) индекс дефлятор ВВП;

в) индекс физического объема товарооборота;

г) коэффициент эластичности цен от дохода.

19. Для оценки динамики средней цены реализации продукта «А» применяется:

а) индивидуальный индекс цен;

б) среднеарифметический индекс цен;

в) индекс цен переменного состава;

г) среднегармонический индекс цен.

20. Уровень цен изучается с использованием показателей:

а) себестоимость, наценки, скидки;

б) динамика отдельных товаров, товарных групп;

в) индивидуальная, средняя, обобщающая величина.

21. Структура цены изучается с использованием показателей:

а) себестоимость, наценки, скидки;

б) динамика отдельных товаров, товарных групп;

в) индивидуальная, средняя, обобщающая величина.

22. Вариация цен изучается с использованием показателей:

а) дисперсия, среднее квадратическое отклонение;

- б) динамика отдельных товаров, товарных групп;
- в) индивидуальная, средняя, обобщающая величина.

23. Группировка товаров по потребительскому назначению необходима для изучения:

- а) динамики цен;
- б) структуры цен;
- в) уровня цен.

Статистика эффективности деятельности торговой организации

1. Достижение эффективности означает:

- а) получение максимальных результатов на единицу затрат;
- б) обеспечение минимизации затрат на единицу результата;
- в) обеспечение максимума затрат на единицу результата.

2. Для оценки результатов функционирования товарного рынка используются показатели:

- а) товарооборот;
- б) прибыль;
- в) валовая добавленная стоимость;
- г) всё перечисленное верно.

3. При расчете показателей эффективности производственной деятельности юридических лиц, обслуживающих процесс товарного обращения в качестве результата производственной деятельности целесообразно использовать показатель:

- а) выпуск;
- б) валовая добавленная стоимость;
- в) прибыль.

4. Для расчета финансовой эффективности используется показатель:

- а) себестоимость товаров;

б) прибыль торговли;

в) товарооборот.

5. Для характеристики удовлетворения конечных потребностей населения используют показатель:

а) оптовый товарооборот;

б) чистый товарооборот;

в) валовой товарооборот.

6. Экономическим результатом деятельности сферы товарного обращения является:

а) товарооборот;

б) валовой доход торговли;

в) прибыль.

7. Рентабельность предприятия (R) определяется следующим образом:

а) $R = \text{балансовая прибыль} / \text{объем товарооборота} * 100\%$

б) $R = \text{прибыль за отчетный период} / \text{прибыль за базисный период} * 100\%$

в) $R = \text{объем товарооборота} / \text{прибыль} * 100\%$.

8. Относительный уровень рентабельности продажи товаров определяется по формуле:

а) $\text{сумма издержек обращения} / \text{объем товарооборота} * 100\%$;

б) $\text{сумма валовых доходов} / \text{объем товарооборота} * 100\%$;

в) $\text{сумма валовых доходов} / \text{сумма издержек обращения} * 100\%$;

г) $\text{прибыль от реализации товаров} / \text{объем товарооборота}$.

9. Банкротство предприятия – это:

а) снижение прибыльности предприятия, «цены предприятия»;

б) неудовлетворительная структура имущества предприятия;

в) неспособность предприятия в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам.

10. Коммерческие расходы входят в состав:

- а) производственной себестоимости;
- б) полной себестоимости.

11. Коммерческие расходы – это:

- а) затраты, связанные с производством продукции;
- б) затраты, связанные с производством и реализацией продукции;
- в) затраты, связанные с реализацией продукции.

12. Затраты на рубль товарной продукции (Z) в базисном периоде определяются по формуле:

а) $\frac{\Sigma q_1 z_1}{\Sigma q_0 p_0}$

б) $\frac{\Sigma q_0 z_0}{\Sigma q_0 p_0}$

в) $\frac{\Sigma q_0 z_0}{\Sigma q_1 p_1}$

г) $\frac{\Sigma q_1 z_1}{\Sigma q_1 p_1}$

где: $\Sigma q_1 z_1$ - себестоимость продукции в отчетном периоде; $\Sigma q_0 z_0$ - себестоимость продукции в базисном периоде; $\Sigma q_1 p_1$ – стоимость продукции в отчетном периоде; $\Sigma q_0 p_0$ - стоимость продукции в базисном периоде.

13. Затраты на рубль товарной продукции (Z) в отчетном периоде определяются по формуле:

а) $\frac{\Sigma q_1 z_1}{\Sigma q_0 p_0}$

б) $\frac{\Sigma q_0 z_0}{\Sigma q_0 p_0}$

$$в) \frac{\Sigma q_0 z_0}{\Sigma q_1 p_1}$$

$$г) \frac{\Sigma q_1 z_1}{\Sigma q_1 p_1}$$

где: $\Sigma q_1 z_1$ - себестоимость продукции в отчетном периоде; $\Sigma q_0 z_0$ - себестоимость продукции в базисном периоде; $\Sigma q_1 p_1$ - стоимость продукции в отчетном периоде; $\Sigma q_0 p_0$ - стоимость продукции в базисном периоде.

14. Темп изменения уровня издержек обращения исчисляется по формуле:

$$а) (Y_1 - Y_0) / 100$$

$$б) (Y_1 - Y_0) / Q_1 * 100\%$$

$$в) (Y_1 - Y_0) / Y_0$$

где: Y_1 - уровень издержек обращения за отчетный период; Y_0 - уровень издержек обращения за базисный период; Q_1 - объем товарооборота за отчетный период.

15. Индекс физического объема издержек обращения определяется по формуле:

$$а) \Sigma q_0 p_0 / \Sigma q_0 p_1;$$

$$б) \Sigma q_1 p_1 / \Sigma q_0 p_0;$$

$$в) \Sigma q_1 p_0 / \Sigma q_0 p_0.$$

16. Относительный уровень издержек обращения (У и) определяется по формуле:

а) сумма издержек обращения / объем товарооборота * 100%;

б) сумма издержек обращения * объем товарооборота;

в) объем товарооборота / сумма издержек обращения;

г) объем прибыли / сумма издержек обращения * 100%.

17. Долговременные затраты – это:

а) издержки обращения, не зависящие от изменения товарооборота, которые должны быть оплачены, даже если предприятие временно не работает;

б) издержки обращения, которые зависят от изменения объема товарооборота и его структуры;

в) затраты, вложенные в строительство, реконструкцию и приобретение новых зданий и сооружений, оборудования, нематериальных активов, формирование долгосрочного портфеля ценных бумаг.

Для заметок

Учебное издание

Татьяна Васильевна Иванюга

СТАТИСТИКА РЫНКА

Тестовые задания для текущего контроля знаний
бакалавров экономического факультета всех направлений
подготовки и профилей

Редактор Осипова Е.Н.

Подписано к печати 26.05.2015 г. Формат 60x84 1/16.
Бумага печатная. Усл. п. л. 2,20. Тираж ___ экз. Изд. № 2996.

Издательство Брянского государственного аграрного университета
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, БГАУ

