## Merchendayzing nima?

## A.merchendayzing- bu tovarni iste'molchiga yo'naltirish;

## B.merchendayzing- bu tovarni savdo zaliga joylashtirish;

## C.merchendayzing- bu tovarni transportirovka qilish;

## D.merchendayzing- bu tovarni reklama qilish.

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmog'i deganda nima tushuniladi?

## A.ma'lum bir hududda joylashgan savdo korxonalari va savdoning birlamchi bo'g'inining umumiy yig'indisi tushuniladi;

## B.magazinlar, univermaglar, universamlar va savdo markazlari tushuniladi;

## C.mayda chakana savdo tarmoqlari tushuniladi;

## D.qo'zg'almas, harakatdagi, posilka va internet savdosi tushuniladi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlari aholiga savdo xizmati ko'rsatish xususuyatiga ko'ra qanday turlarga bo'linadi?

## A.qo'zg'almas, harakatdagi, posilka va internet savdo turlariga bo'linadi;

## B.magazinlar, univermaglar, universamlar va savdo markazlariga bo'linadi;

## C.minimarket, supermarket va gipermarketlaga bo'linadi;

## D.magazinlar, mayda chakana savdo tarmoqlari va savdo avtomatlariga bo'linadi

## ANSWER: A

## Hozirgi sharoitda magazinlarni ixtisoslashtirish qanday yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda?

## A.tovar-tarmoq belgisiga ko'ra, iste'mol kompleksiga ko'ra;

## B.tovar assortimenti profiliga ko'ra;

## C.xizmat ko'rsatish usullariga ko'ra;

## D.savdo maydonining kattaligiga ko'ra.

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlarini tiplashtirish qanday ko'rsatkichlar asosida amalga oshiriladi?

## A.savdo maydonining kattaligi, tovar assortimenti profile, tovar sotish usullari va joylashgan joyiga ko'ra;

## B.tovar-tarmoq belgisiga ko'ra;

## C.iste'mol kompleksiga ko'ra;

## D.xizmat ko'rsatish usullariga ko'ra.

## ANSWER: A

## Magazin binolarining qanday turlari mavjud?

## A.alohida turgan maxsus binolarga, turar joy binolarining birinchi qavatiga, koperatsiyalangan binolarga joylashgan magazine binolari;

## B.ichki qurilgan va ichki-tahqi qurilgan magazin binolari;

## C.umumshahar ahamiyatiga va mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan magazin binolari;

## D.shahar va qishloq hududlarida joylashgan magazine binolari.

## ANSWER: A

## O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish magazinlari uchun o'rnatish maydonidan foydalanish koeffitsentining optimal hajmi qanday bo'lishi kerak?

## A.0,29- 0,32 ga teng bo'lishi kerak;

## B.0,25 - 0,30 ga teng bo'lishi kerak;

## C.0,45 - 0,50 ga teng bo'lishi kerak;

## D.0,50 - 0,60 ga teng bo'lishi kerak.

## ANSWER: A

## O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish magazinlari uchun tovarlarni namoyish qilish maydonidan foydalanish koeffitsentining optimal hajmi qanday bo'lishi kerak?

## A.0,75- 0,82 ga teng bo'lishi kerak;

## B.0,80 - 0,90 ga teng bo'lishi kerak;

## C.0,65 - 0,70 ga teng bo'lishi kerak;

## D.0,55 - 0,65 ga teng bo'lishi kerak.

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlariga tovarlarni yetkazib berish qanday usullarda amalga oshiriladi?

## A.markashlashtirilgan va markazlashtirilmagan usullarda;

## B.ombor va tranzit usullarida;

## C.mayatnik va halqa usullarida;

## D.talabnoma va buyurtmalar asosiga.

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlarini tovar bilan ta'minlashning qanday usullari mavjud?

## A.ombor va tranzit usullari;

## B.markashlashtirilgan va markazlashtirilmagan usullari;

## C.mayatnik va halqa usullarida;

## D.talabnoma va buyurtmalar asosiga.

## ANSWER: A

## Markazlashtirilgan usulda tovar yetkazib berishning qanday turlari mavjud?

## A.mayatnik va halqa turi;

## B.ombor va tranzit turi;

## C.talabnoma va buyurtma turi;

## D.ishlab chiqarish-savdo korxonasi turi.

## ANSWER: A

## Shahar hududlarida chakana savdo tarmoqlarini joylashtirish qanday tamoyillar asosida amalga oshiriladi?

## A.bir tekis,guruh-guruh va pog'onali joylashtirish tamoillari asosida;

## B.shahar aholisi zichligini e'tiborga olgan holda bir tekis joylashtirish tamoyili asosida;

## C.mahalliy ahamiyatga va umumshahar ahamiyatiga ega bo'lgan zonalar bo'yicha joylashtirish tamoyili asosida;

## D.magistral yo'llar atrofida guruh-guruh joylashtirish tamoyili asosida.

## ANSWER: A

## Chakana tovar oboroti deganda nima tushuniladi?

## A.tovarlarni iste'molchilarga, asosan aholiga bevosita shaxsiy iste'moli uchun sotish tushuniladi;

## B.tovarlarning muomala doirasidan chiqib, o'zining tovarlik xususiyatini yo'qotishi tushuniladi;

## C.iqtisodiy munosabatlar tizimining yakunlovchi bosqichi tushuniladi;

## D.iste'molchilar talabini qondirish tushuniladi.

## ANSWER: A

## Bozor kon'yunkturasi nima?

## A.ma'lum davrga bo'lgan talab bilan taklif o'rtasidagi holat;

## B.bozorning tovar bilan to'yinganlik darajasi;

## C.aholining to'lovga qodir talabining qondirilish darajasi;

## D.hali ishlab chiqarilmagan va aholiga noma'lum bo'lgan talabning shakllanishi.

## ANSWER: A

## Bozor sig'imi nima?

## A.ma'lum hududda sotilishi mumkin bo'lgan iste'mol tovarlari hajmi;

## B.mahalliy aholining xarid fondi;

## C.boshqa hududlardan kelgan aholining xarid quvvati;

## D.korxona,firma va muassasalarga iste'mol tovarlarini sotish.

## ANSWER: A

## Tovar zaxirasining nechta turi mavjud?

## A.3 ta turi mavjud;

## B.2 ta turi mavjud;

## C.4 ta turi mavjud;

## D.5 ta turi mavjud.

## ANSWER: A

## Tovar aylanish vaqti nima?

## A.savdo korxonasining o'rtacha tovar zahiralari necha kun davomida aylanishi;

## B.tovarning savdo zahirasi sifatida mavjud bo'lishi uchun zarur vaqt;

## C.tovarni qabul qilish,tekshirish va sotishga tayyorlash uchun zarur vaqt;

## D.tovarni yo'lda bo'lishiga ketadigan vaqt.

## ANSWER: A

## Savdo zaxirasi nechta qismga bo'linadi?

## A.2 ta qismga bo'linadi;

## B.3 ta qismga bo'linadi;

## C.4 ta qismga bo'linadi;

## D.5 ta qismga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasi xarajatlari nechta turga bo'linadi?

## A.2 ta turga bo'linadi;

## B.3 ta turga bo'linadi;

## C.4 ta turga bo'linadi;

## D.5 ta turga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasi xarajatlari qanday turlarga bo'linadi?

## A.doimiy xarajatlar va o'zgaruvchan xarajatlarga bo'linadi;

## B.tovar sotish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar va tovar sotish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlarga bo'linadi;

## C.amortizatsiya xarajatlari va kommunal xarajatlarga bo'linadi;

## D.tovarlarni xarid qilish, transportirovka qilish,saqlash,qayta ishlash,navlarga ajratish,o'rash,qadoqlash va sotish xarajatlariga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo ustamasi nima?

## A.tovar chakana narxi va ishlab chiqaruvchi yoki tovar yetkazib beruvchidan harid qilinadigan qiymat (ulgurji narx) o'rtasidagi farq;

## B.moddiy ishlab chiqarish tarmog'ida yaratilgan qo'shimcha mahsulotning bir qismi;

## C.ishlab chiqarish jarayonini savdoda davom ettirish bilan bog'liq mehnat evaziga yaratiladigan qo'shimcha mahsulot;

## D.chakana savdo korxonasi yalpi daromadining shakllanish manbai.

## ANSWER: A

## Chakana savdo ustamasi qanday ko'rsatkichlarda ifodalanadi?

## A.mutlaq va nisbiy ko'rsatkichlarda;

## B.doimiy va o'zgaruvchan ko'rsatkichlarda;

## C.iqtisodiy va statistik ko'rsatkichlarda;

## D.prognozlashtirish ko'rsatkichlarida.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasining mehnat unumdorligi deganda nima tushuniladi?

## A.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan tovar oboroti tushuniladi;

## B.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan yalpi daromad tushuniladi;

## C.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan foyda tushuniladi;

## D.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladiga xarajat tushuniladi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasining mehnat samaradorligi deganda nima tushuniladi?

## A.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan foyda tushuniladi;

## B.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan yalpi daromad tushuniladi;

## C.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladigan tovar oboroti tushuniladi;

## D.har bir savdo xodimiga to'g'ri keladiga xarajat tushuniladi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasing mehnat unumdorligi qanday aniqlanadi?

## A.tovar oborotining savdo korxonasi xodimlari soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.tovar oborotining savdo korxonasi yalpi daromadiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.tovar oborotining savdo korxonasi sof foydasiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.tovar oborotining savdo korxonasi xarajatlariga nisbati shaklida aniqlanadi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasing mehnat samaradorligi qanday aniqlanadi?

## A.foydaning savdo korxonasi xodimlari soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.foydaning savdo korxonasi yalpi daromadiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.foydaning savdo korxonasi asosiy fondlariga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.foydaning savdo korxonasi xarajatlariga nisbati shaklida aniqlanadi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasi xodimlariga ish haqi to'lashning qanday turlari mavjud?

## A.ishbay va vaqtbay ish haqi to'lash;

## B.savdo- texnologik jarayonlarning turidan kelib chiqib ish haqi to'lash;

## C.tarif - malaka ma'lumotnomasi asosida ish haqi to'lash;

## D.tarif - malaka ma'lumotnomasi asosida ish haqi to'lash;

## ANSWER: A

## Savdo korxonasining muomala xarajatlari deganda nima tushuniladi?

## A.savdo korxonasing jami jonli va buyumlashgan xarajatlarining puldagi ifodasi tushuniladi;

## B.tovarlarni bir joydan ikkinchi joyga yetkazib berish xarajatlari tushuniladi;

## C.tovarlarni saqlash, qo'shimcha ishlov berish,navlarga ajratish,o'rash, qadoqlash va sotish xarajatlari tushuniladi;

## D.boshqaruv apparatini saqlash xarajatlari tushuniladi.

## ANSWER: A

## Muomala xarajatlari shartli ravishda nechta guruhga bo'linadi?

## A.2 ta guruhga bo'linadi;

## B.3 ta guruhga bo'linadi;

## C.4 ta guruhga bo'linadi;

## D.5 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Muomala xarajatlari qanday guruhlarga bo'linadi?

## A.sof muomala xarajatlari va qo'shimcha muomala xarajatlari guruhlariga bo'linadi;

## B.tovarlarni ishlab chiqaruvchilardan iste'molchilarga yetkazib berish xarajatlari va iste'mol qiymatini saqlash xarajatlari guruhlariga bo'linadi;

## C.reklama bilan bog'liq xarajatlar va boshqaruv apparatini saqlash xarajatlari guruhlariga bo'linadi;

## D.tovarlarni xarid qilish va sotish bilan bog'liq xarajatlar guruhlariga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Sof muomala xarajatlariga qanday xarajatlar kiradi?

## A.tovarlarni yetkazib berish,ortish,tushirish,navlarga ajratish va qo'shimcha ishlov berish xarajatlari;

## B.tovarlarni istemol qiymatini saqlash xarajatlar;

## C.tovarlarni reklama qilish va boshqaruv apparatini saqlash xarajatlari.

## D.tovarlarni xarid qilish,sotish va pul muomalasi bilan bog'liq xarajatlar;

## ANSWER: A

## Qo'shimcha muomala xarajatlariga qanday xarajatlar kiradi?

## A.tovarlarni tashish,saqlash,qo'shimcha ishlov berish,navlarga ajratish,o'rash va qadoqlash xarajatlari;

## B.tovarlarni xarid qilish,sotish va pul muomalasi bilan bog'liq xarajatlar;

## C.tovarlarni istemol qiymatini saqlash xarajatlar;

## D.tovarlarni reklama qilish va boshqaruv apparatini saqlash xarajatlari.

## ANSWER: A

## Muomala xarajatlari darajasi qanday aniqlanadi?

## A.muomala xarajatlari summasini tovar oboroti summasiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.muomala xarajatlari summasini yalpi daromad summasiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.muomala xarajatlari summasini sof foyda summasiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.muomala xarajatlari summasini umumiy xarajatlar nisbati shaklida aniqlanadi.

## ANSWER: A

## Iqtisodiy mazmuniga ko'ra muomala xarajatlari nechta guruhga bo'linadi?

## A.5 ta guruhga bo'linadi;

## B.3 ta guruhga bo'linadi;

## C.4 ta guruhga bo'linadi;

## D.6 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Savdoning xo'jalik faoliyati tarmoqlariga qarab xarajatlar nechta guruhga bo'linadi?

## A.3 ta guruhga bo'linadi;

## B.5 ta guruhga bo'linadi;

## C.2 ta guruhga bo'linadi;

## D.4 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Sof foyda nima?

## A.soliq to'lagandan keyin korxona ixtiyorida qoladigan foyda;

## B.sotishdan tushadigan sof tushum;

## C.asosiy faoliyatdan olinadigan foyda;

## D.umumiy xo'jalik faoliyatidan olinadigan foyfda.

## ANSWER: A

## Rentabellik nima?

## A.foydaning nisbiy ko'rsatkichi;

## B.yalpi daromadning nisbiy ko'rsatkichi;

## C.asosiy fondlar va aylanma mablag'larnig yillik o'rtacha qiymati;

## D.sotishdan olingan sof tushumning nisbiy ko'rsatkichi.

## ANSWER: A

## Moliya nima?

## A.pul mablag'larining rejali ravishda vujudga keltirilishi,to'planishi va ifodalovci iqtisodiy munosabatlar;

## B.markazlashtirilgan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlari;

## C.markazlashtirilmagan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlari;

## D.korxonalarni ijtimoiy va iqtisodiy rivojlantirish,amortizatsiya,sug'urta va tavakkalchilik fondlari.

## ANSWER: A

## Savdo moliyasi nima?

## A.savdo korxonalari va firmalarining daromadlari va xarajatlarini,pul oqimlarining vujuudga kelish manbalari va ulardan foydalanishni o'ziga mujassamlashtiradi;

## B.markazlashgan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi;

## C.markazlashmagan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi;

## D.savdo korxonalari va firmalarini ijtimoiy va iqtisodiy rivojlantirish,amortizatsiya ,sug'urta va tavakkalchilik fondlarini tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq munosabatlarini o'z ichiga oladi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasining moddiy ' texnika ba'zasiga nimalar kiradi?

## A.savdo korxonasining barcha mehnat vositalari kiradi;

## B.savdo korxonasining barcha mehnat predmetlari kiradi;

## C.savdo korxonasining ijaraga olingan mehnat vositalari kiradi;

## D.savdo korxonasining bin ova inshootlari kiradi.

## ANSWER: A

## Savdo korxonasining asosiy fondlari nimalardan tashkil topadi?

## A.savdo korxonasining asosiy fondlari qiymati 50 minimal ish haqidan yuqori va xizmat muddati bir yildan ortiq bo'lgan mehnat vositalaridan tashkil topadi;

## B.savdo korxonasining asosiy fondlari qiymati 100 minimal ish haqidan yuqori va xizmat muddati bir yildan ortiq bo'lgan mehnat vositalaridan tashkil topadi;

## C.savdo korxonasining asosiy fondlari qiymati 200 minimal ish haqidan yuqori va xizmat muddati ikki yildan ortiq bo'lgan mehnat vositalaridan tashkil topadi;

## D.savdo korxonasining asosiy fondlari qiymati 50 minimal ish haqigacha va xizmat muddati bir yilgacha bo'lgan mehnat vositalaridan tashkil topadi.

## ANSWER: A

## Savdoning asosiy fondlari ishlab chiqarishdagi ishtirokiga qarab nechta guruhga bo'linadi?

## A.2 ta guruhga bo'linadi;

## B.3 ta guruhga bo'linadi;

## C.4 ta guruhga bo'linadi;

## D.5 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Savdoning asosiy fondlari ishlab chiqarishdagi ishtirokiga qarab qanday fondlarga bo'linadi?

## A.ishlab chiqarish va noishlab chiqarish fondlariga;

## B.asosiy va aylanma fondlariga;

## C.savdo korxonasing balansida o'z ifodasini topgan va ijaraga olingan fondlarga;

## D.communal va madaniy maishiy xizmatlarni amalga oshirishga mo'ljallangan fondlarga.

## ANSWER: A

## Chakana savdo asosiy fondlaridan foydalanish ko'rsatkichlari nechta guruhga bo'linadi?

## A.2 ta guruhga bo'linadi;

## B.3 ta guruhga bo'linadi;

## C.4 ta guruhga bo'linadi;

## D.5 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo asosiy fondlardan foydalanish ko'rsatkichlari qanday guruhlarga bo'linadi?

## A.qiymat va natural ko'rsatkichlarga;

## B.fond qaytimi va fond sig'imi ko'rsatkichlariga;

## C.fond bilan qurollanish va fond rentabelligi ko'rsatkichlarga;

## D.mehnat unumdorligi va mehnat samaradorligi ko'rsatkichlariga.

## ANSWER: A

## Chakana savdo korxonalari asosiy fondlaridan foydalanishning qiymat ko'rsatkichlariga qanday ko'rsatkichlar kiradi?

## A.fond qaytimi,fond sig'imi, fond bilan qurollanish, fond rentabilligi;

## B.fond qaytimi,fond sig'imi,amortizatsiya fondi;

## C.fond bilan qurollanish,fond rentabelligi,asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymati;

## D.mehnat unumdorligi va mehnat samaradorligi ko'rsatkichlari.

## ANSWER: A

## Fond qaytimi ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?

## A.yillik tovar oborotini asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini yillik tovar oborotiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.asosiy fondlarnind yillik o'rtacha qiymatini xodimlar soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.savdo korxonasining foydasini asosiy fondlarning yilllik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi

## ANSWER: A

## Fond sig'imi ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?

## A.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini yillik tovar oborotiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.yillik tovar oborotini asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.asosiy fondlarnind yillik o'rtacha qiymatini xodimlar soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.savdo korxonasining foydasini asosiy fondlarning yilllik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi

## ANSWER: A

## Asosiy fondlar bilan qurollanish ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?

## A.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini xodimlar soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini yillik tovar oborotiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.yillik tovar oborotini asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.savdo korxonasining foydasini asosiy fondlarning yilllik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi.

## ANSWER: A

## Fond rentabelligi ko'rsatkichi qanday aniqlanadi?

## A.savdo korxonasining foydasini asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## B.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini xodimlar soniga nisbati shaklida aniqlanadi;

## C.asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatini yillik tovar oborotiga nisbati shaklida aniqlanadi;

## D.yillik tovar oborotini asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatiga nisbati shaklida aniqlanadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo ustamasining shakllanish manbalari nechta turga bo'linadi?

## A.2 ta turga bo'linadi;

## B.3 ta turga bo'linadi;

## C.4 ta turga bo'linadi;

## D.6 ta turga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Xarid narxlari qanday narx?

## A.qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotib olish narxi;

## B.qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish narxi;

## C.iste'mol tovarlarini xaridorlarga sotish narxi;

## D.oziq- ovqat va nooziq- ovqat.

## ANSWER: A

## Iste'mol mollariga chakana narx qanday shakllanadi?

## A.iste'mol mollariga chakana narx bozordagi talab va taklif asosida shakllanadi;

## B.iste'mol mollariga chakana narx aholini xarid quvvatidan kelib chiqadi;

## C.iste'mol mollariga chakana narx davlat tomonidan belgilanadi;

## D.iste'mol mollariga chakana narx chakana savdo korxonalarida shakllanadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo korxonasi daromadining asosiy qismini qaysi faoliyatidan oladi?

## A.savdo- sotiq faoliyatidan oladi;

## B.reklama faoliyatidan oladi;

## C.imorat,inshoot va jihozlarini ijaraga berish faoliyatidan oladi;

## D.mollarni qo'shimcha narxlash faoliyatidan oladi.

## ANSWER: A

## Iste'mol mollari va ular xomashyosiga taalluqli jami amal qiluvchi narxlar nechta turga bo'linadi?

## A.3 ta turga bo'linadi;

## B.2 ta turga bo'linadi;

## C.4 ta turga bo'linadi;

## D.6 ta turga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Iste'mol mollari va ular xomashyosiga taalluqli jami amal qiluvchi narxlar qanday turlarga bo'linadi?

## A.xarid narxlari,ulgurji narxlar va chakana narxlarga bo'linadi

## B.ulgurji narxlar, chakana narxlar va shartnoma narxlarga bo'linadi;

## C.demping narxlar, kontrakt narxlar va xarid narxlariga bo'linadi;

## D.pereskurant narxlar, shartnoma narxlari va chakana narxlarga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdoda mehnat unumdorligi va mehnat samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar shartli ravishda nechta nechta guruhga bo'linadi?

## A.4 ta guruhga bo'linadi;

## B.3 ta guruhga bo'linadi;

## C.2 ta guruhga bo'linadi;

## D.5 ta guruhga bo'linadi.

## ANSWER: A

## Chakana savdo korxonalarida mehnatga haq to'lashning necha xil shakli mavjud?

## A.2 xil shakli mavjud;

## B.3 xil shakli mavjud;

## C.4 xil shakli mavjud;

## D.5 xil shakli mavjud.

## ANSWER: A

## Mehnatga vaqtbay haq to'lash deganda nima tushuniladi?

## A.xodimning haqiqiy ishlagan vaqtiga qarab, oylik maosh berish tushuniladi;

## B.yakka tartibda va jamoa holda bajarilgan ishga o'ziga xos baholar asosida haq to'lash tushuniladi;

## C.mehnat natijalariga muvofiq ish haqi to'lash tushuniladi;

## D.xodimning mehnat unumdorligi va samaradorligini oshirishga qo'shgan hissasiga qarab ish haqi to'lash tushuniladi.

## ANSWER: A

## Mehnatga ishbay haq to'lash deganda nima tushuniladi?

## A.mehnat natijalariga muvofiq ish haqi to'lash tushuniladi;

## B.xodimning haqiqiy ishlagan vaqtiga qarab, oylik maosh berish tushuniladi;

## C.yakka tartibda va jamoa holda bajarilgan ishga o'ziga xos baholar asosida haq to'lash tushuniladi;

## D.xodimning mehnat unumdorligi va samaradorligini oshirishga qo'shgan hissasiga qarab ish haqi to'lash tushuniladi.

## ANSWER: A

## Mehnatni ilmiy asosda tashkil etishning asosiy yo'nalishi nima bilan belgilanadi?

## A.mehnat taqsimoti va mehnat kooperatsiyasi bilan belgilanadi;

## B.mehnatni mehanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish bilan belgilanadi;

## C.fan- texnika taraqqiyoti yutuqlaridan foydalanish bilan belgilanadi;

## D.mehnat unumdorligi va samaradorliginini oshirish bilan belgilanadi.

## ANSWER: A

## Moliya qanday fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul mablag'larini o'z ichiga oladi?

## A.markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan fondlarini tahkil etish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi;

## B.markazlashtirilgan fondlarini tahkil etish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi;

## C.markazlashtirilmagan fondlarini tahkil etish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi;

## D.markazlashtirilgan, markazlashtirilmagan va investitsiya fondlarini tashkil etish bilan bog'liq pul munosabatlarini o'z ichiga oladi.

## ANSWER: A

## Markazlashtirilgan fondlarga qaysi tashkilotlarning resurslari kiradi?

## A.davlat byudjeti, davlat banklari, omonat kassalari, sug'urta organlari resurslari kiradi;

## B.davlat mulkidan boshqa mulk shaklidagi banklar, omonat kassalari, sug'urta firmalari resurslari kiradi;

## C.korxonalarni ijtimoiy va iqtisodiy rivojlantirish fondlari resurslari kiradi;

## D.mehnatga haq to'lash amortizatsiy, sug'urta va tavakkalchilik fondlari resurslari kiradi.

## ANSWER: A

## Markazlashtirilmagan fondlarga qaysi tashkilotlarning resurslari kiradi?

## A.davlat mulkidan boshqa mulk shaklidagi banklar, omonat kassalari, sug'urta firmalari resurslari kiradi;

## B.davlat byudjeti, davlat banklari, omonat kassalari, sug'urta organlari resurslari kiradi;

## C.korxonalarni ijtimoiy va iqtisodiy rivojlantirish fondlari resurslari kiradi;

## D.mehnatga haq to'lash amortizatsiy, sug'urta va tavakkalchilik fondlari resurslari kiradi.

## ANSWER: A

## Moliya nechta vazifani bajaradi?

## A.2 ta vazifani bajaradi;

## B.4 ta vazifani bajaradi;

## C.6 ta vazifani bajaradi;

## D.3 ta vazifani bajaradi.

## ANSWER: A

## Moliya qanday vazifalarni bajaradi?

## A.taqsimot va nazorat vazifalarini bajaradi;

## B.taqsimot vazifasini bajaradi;

## C.nazorat vazifasini bajaradi;

## D.korxonalarni ijtimoiy va iqtisodiy rivojlantirish vazifalarini bajaradi.

## ANSWER: A

## Birlamchi ehtiyoj tarkibiga qanday ehtiyojlar kiradi?

## A.fiziologik ehtiyojlar, shaxsiy muhofazaga oid ehtiyojlar;

## B.fiziologik ehtiyojlar, hurmatga bo'lgan ehtiyojlar;

## C.hurmatga bo'lgan ehtiyojlar, fiziologik ehtiyojlar;

## D.ijtimoiy ehtiyojlar, fiziologik ehtiyojlar.

## ANSWER: A

## O'sish strategiyasining asosiy yo'nalishlari nimalardan iborat?

## A.intensiv o'sish,integratsion o'sish, diversifikatsion o'sish;

## B.shiddatli o'sish;

## C.integratsion o'sish;

## D.diversifikatsion o'sish,shiddatli o'sish.

## ANSWER: A

## Intensiv o'sish deganda nimani tushunasiz?

## A.firmaning amal qilib turgan doirasidagi o'sish imkoniyatlari tahlil etiladi;

## B.qo'shimcha faoliyatni o'zlashtirish hisobiga o'sishga erishish;

## C.firmaning tarmoq doirasida boshqa marketing tizimi elementlari bilan o'zaro aloqada rivojlanish imkoniyatlari tahlil etiladi;

## D.firmaning tarmoq doirasidan boshqa sohalarda rivojlanish imkoniyatlari tahlil etiladi.

## ANSWER: A

## Integratsion o'sish qanday turlarga bo'linadi?

## A.gorizontal integratsiya, progressiv integratsiya, regressiv integratsiya;

## B.regressiv integratsiya;

## C.progressiv integratsiya, regressiv integratsiya;

## D.progressiv integratsiya, gorizontal integratsiya

## ANSWER: A

## Diversifikatsiya o'sishi qanday turlarga bo'linadi?

## A.konsentrik diversifikatsiya, gorizontal diversifikatsiya, konglomerat diversifikatsiya;

## B.gorizontal diversifikatsiya,konsentrik diversifikatsiya;

## C.konglomerat diversifikatsiya ,jamlanma diversifikatsiya;

## D.Jamlanma diversifikatsiya, kurama diversifikatsiya.

## ANSWER: A

## Raqobatchilikning qanday strategiyalarini bilasiz?

## A.lider strategiyasi, kurashga chaqiruvchi strategiyasi, lider orqasidan boruvchi, mutaxassis strategiyasi.

## B.kurashga chaqiruvchi strategiya;

## C.. lider orqasidan boruvchi strategiya;

## D.lider strategiyasi, lider orqasidan boruvchi strategiya;

## ANSWER: A

## Strategik rejalashtirish bosqichlari qanday?

## A.korxona dasturi, maqsad va vazifalari, xo'jalikni rivojlantirish rejasi, korxonani o'sish strategiyasi;

## B.korxona dasturi, xo'jalikni rivojlantirish rejasi;

## C.korxonaning o'sish strategiyasi, maqsad va vazifalari, xo'jalikni rivojlantirish rejasi;

## D.maqsad va vazifalari, korxona dasturi.

## ANSWER: A

## SWOT tahlil deganda nimani tushunasiz?

## A.korxonaning kuchli va ojiz tomonlari, imkoniyatlari, qulayliklari va tahdidlar strategik audit o'tkazish yo'li bilan olib boriladi;

## B.korxonaning kuchli va ojiz tomonlari;

## C.qulayliklar va tahdidlar;

## D.korxonani ojiz tomonlari.

## ANSWER: A

## Tovar bilan bog'liq strategiya va uning maqsadlari nimalardan iborat?

## A.assortiment siyosatini o'zgartirish strategiyasi, ishlab chiqarishni diversifikatsiyalash imkoniyatlari, yangi tovar bilan bozorga chiqish;

## B.assortiment siyosatini o'zgartirish strategiyasi, bozor hududlarini kengaytirish;

## C.ishlab chiqishni diversifikatsiyalash imkoniyatlari, tovarni takomillashtirish;

## D.yangi tovar bilan bozorga chiqish, bozorga chuqurroq kirish.

## ANSWER: A

## Marketing nazariy konsepsiya va tijorat faoliyatining o'ziga xos hodisasi tarzida ilk bor qaysi mamlakatda va qachon qo'llanildi?

## A.AQSH da XX asrda

## B.Buyuk Britaniyada XIX asrda

## C.Fransiyada XUIII asrda

## D.YAponiyada XUII asrda

## ANSWER: A

## Marketingning asosiy qoidasi nima?

## A.iste'molchi bozorda qirol

## B.ishlab chiqaruvchi bozorda qirol

## C.talabning ustunligi

## D.taklifning ustunligi

## ANSWER: A

## Sotish siyosatida nimaga e'tibor qaratiladi?

## A.aniq bozorlarga nisbatan sotishning eng samarali tizimlari, kanallari va uslublarini tanlash.

## B.savdoni tashkil qilish

## C.firma do'konlarini tashkil qilish,

## D.taqsimot kanallarini tanlash.

## ANSWER: A

## Narx siyosati nimadan iborat?

## A.yagona narxni belgilash, narx darajasini belgilash, narxlarni tashkil qilish tamoyillari shakllantirish, narx darajasini belgilash, foyda va rentabellikni aniqlash;

## B.narxlarni belgilash

## C.foydalilik va rentabellik darajasini aniqlash;

## D.rentabellik darajasini aniqlash.

## ANSWER: A

## Intensiv o'sishga qanday erishiladi?

## A.bozorga chuqurroq kirish, bozor hududlarini kengaytirish, tovarni takomillashtirish.

## B.bozor hududlarini kengaytirish;

## C.tovarni takomillashtirish;

## D.tovarni takomillashtirish ,bozorga chuqurroq kirish.

## ANSWER: A

## Marketingni boshqarishning asosiy vazifasi nimadan iborat?

## A.bozor kansepsiyasining strategiya vataktikasini ishlab chikish

## B.tovar ishlab chiqarish, modellashtirish, loyixalashtirish

## C.rejalashtirish, reklama qilish, sotish

## D.nazorat qilish, tadbiq etish, taxlil qilish

## ANSWER: A

## Kommunikatsiya nima?

## A.bu iste'molga yo'naltirilgan xabardir.

## B.bu bozordagi ma'lum bir xolatdir.

## C.bu bozordagi talabning o'sishidir.

## D.bu bozordagi narxning o'sishidir.

## ANSWER: A

## Bozor segmentatsiyasi nima?

## A.bu bozorni aniq xaridorlar guruhiga bo'lishdir.

## B.bu bozorni tovar guruhlariga bo'lishdir.

## C.bozorni talabga ega bo'lgan tovarlar guruxiga bo'lish.

## D.bu bozorda raqobatchilarni turli guruhlarga bo'linishidir.

## ANSWER: A

## Marketing kompleksi elementlari nimalardan iboratdir?

## A.tovar-narx-taqsimot-kommunikatsiya-siljitish-boshqalar.

## B.tovar-narx-kommunikatsiya.

## C.taqsimot-siljitish-narx-raqobatchi.

## D.tovar va narx.

## ANSWER: A

## Savdo markasi nima?

## A.sotuvchilar yoki sotuvchilar guruhi tovarlari yoki xizmatlarini identifikatsiya qilish

## B.tavsifnomalarni identifikatsiya qilish

## C.yutuqlarni identifikatsiya qilish

## D.qimmatdorliklarni aniqlash

## ANSWER: A

## Ehtiyoj nima?

## A.individ shaxsning madaniy darajasiga asosan spetsifik shaklga kirgan muhtojlik

## B.u kishining biron-bir narsaga bo'lgan intilishi

## C.u shaxsning biron-bir narsani talab qilishi

## D.kishilarni biron-birnarsag abo'lgan munosabati

## ANSWER: A

## Talabnima?

## A.u xarid quvvatiga ega bo'lgan ehtiyojdir

## B.kishiga biron-bir narsani etishmasligidir

## C.u kishini biron bir tovarga bo'lgan muhtojligidir

## D.ehtiyojning qondirilgan qismi

## ANSWER: A

## Bozor nima?

## A.u mavjud va potensial xaridorlar yig'indisidir

## B.u sotuvchilar ishtirok etadagan joydir

## C.u xaridorlar va raqobatchilar yig'iladigan joy

## D.u tovarlarni joylashtiradigan joydir

## ANSWER: A

## Bitim nima?

## A.ikki tomonning qimmatbaho narsalar bo'yicha o'zaro tijorat almashuvi

## B.bozorda xaridorni sotuvchi bilan kelishuvi.

## C.bozorda harakat qiluvchi shaxslar o'rtasidagi munosabat.

## D.bozorda harakat qiluvchi shaxslar o'rtasidagi kelishuv

## ANSWER: A

## Marketingni boshqarish jarayoni nimalardan iborat?

## A.u bozor tahlili, maqsadli bozorlarni tanlash, marketing kompleksini ishlab chiqish hamda marketing chora-tadbirlarini hayotga tatbiq etishdan iboratdir.

## B.u bozorni tahlil qilishdan iboratdir.

## C.u marketing chora-tadbirlarini hayotga qo'llashdan iboratdir.

## D.u raqobatchini tahlil qilishdan iboratdir.

## ANSWER: A

## Marketing kompleksini eng muxim elementi nima?

## A.tovar yoki xizmat.

## B.narx.

## C.reklama.

## D.raqobatchi.

## ANSWER: A

## Marketing strategiyasi nima?

## A.korxona istiqbol uchun bozordagi harakatlarini aniq maqsadlar bo'yicha rejalashtirish chora-tadbirlar usuli.

## B.korxonani bozordagi harakatlarini yaqin muddatlar bo'yicha rejalashtirish usuli.

## C.korxonani bozordagi harakatlarini o'rta muddatlar bo'yicha rejalashtirish usuli.

## D.korxonani bozordagi harakatlarini bir yilga bo'lgan rejalari.

## ANSWER: A

## Tovarning hayotiy davri (sikli) qaysi asosiy fazalardan iboratdir?

## A.ishlab chiqish, hayotga tatbiq etish, yuksalishi, etilishi, to'ldirish, pasayish, chetga chiqish va qotib qolish.

## B.ishlab chiqarish, hayotga tatbiq etish va yuksalish.

## C.hayotga tatbiq etish, yuksalish, etilish va to'ldirish.

## D.yuksalish va etilish.

## ANSWER: A

## Tovarni hayotiy davrini (siklini) qaysi fazasida eng yuqori foyda olinadi?

## A.etilish bosqichida.

## B.yuksalish bosqichida

## C.ishlab chiqish bosqichida.

## D.xayotga tatbiq etish bosqichida.

## ANSWER: A

## Tovarni hayotiy davrini (siklini) pasayishi bosqichida qaysi siyosatni qo'llash kerak?

## A.narx va siljitish siyosatini.

## B.tovar siyosatini

## C.taqsimot siyosatini.

## D.narx siyosatini.

## ANSWER: A

## Muhtojlik nima?

## A.kishiga biron-bir narsani etishmasligini his qilish.

## B.tovarlarni etishmasligini his qilish.

## C.xizmatlarni etishmasligini his qilish.

## D.pulni etishmasligini his etish.

## ANSWER: A

## Reklama nima?

## tovarlar va xizmatlarni iste'mol holatlari haqidagi axborot hamda ular uchun talabni shakllantirish maqsadida qilinadigan faoliyat

## B.tovarlarni sotish hajmini ko'paytirish yuzasidan qilinadigan faoliyat.

## C.xizmatlar ko'rsatish yuzasidan qilinadigan faoliyat.

## D.iste'mol tovarlari haqidagi axborot.

## ANSWER: A

## SRM ' mijoz bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish deganda nimani tushunasiz?

## A.axborot texnologiyalaridan faol foydalaniladigan marketing strategiyasi;

## B.o'zaro munosabatlarni xaridorlar, ta'minotchilar o'rtasida o'rnatish strategiyasi;

## C.har bir mijoz bilan munosabatlar o'rnatish, mijozlarga yo'naltirilganlik;

## D.iste'molchilar uchun to'liq integratsiyalashgan marketing kommunikatsiya dasturini yaratish, axborot texnologiyalaridan foydalanish

## ANSWER: A

## O'zaro munosabatlar marketingi deganda nimani tushunasiz?

## A.bozorning tayanch hamkor kompaniyalari bilan uzoq muddatli o'zaro manfaatli munosabatlarni o'rnatish maqsadidagi amaliy jarayon;

## B.xaridorlar, ta'minotchilar o'rtasidagi iste'molchilarning ehtiyojlarini to'la qondirishga yo'naltirilgan manfaatli munosabatlardir;

## C.distrib'yutorlar, taqsimot kanallari o'rtasidagi foydali munosabatdir;

## D.ishchilar, vositachilar, marketing hamkorlari o'rtasidagi o'zaro manfaatli munosabatlardir

## ANSWER: A

## Munosabatlar marketingini maqsadi nimadan iborat?

## A.korxona va mijoz uchun o'zaro manfaatli foydani ifodalaydigan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish, rivojlantirish va qo'llab 'quvvatlashdir;

## B.ichki marketingni yaratish, iste'molchi uchun foydani rejalashtirish, yangi g'oyalarni rivojlantirish va qo'llab 'quvvatlashdir;

## C.iste'molchilar uchun to'liq integratsiyalashgan marketing dasturini yaratish, mijozlar ehtiyojini qondirishdan iborat;

## D.kompaniyalarda talabni boshqarish, tarmoqli marketingdan foydalanishni yanada rivojlantirish, o'rta muddatli aloqalarni o'rnatish va qo'llab 'quvvatlashdir

## ANSWER: A

## Integratsiyalashgan marketingda faol bozor sub'ektining vazifasi nimadan iborat?

## A.iste'molchilar uchun to'liq integratsiyalashgan marketing dasturini yaratish, siljitish, qadriyatlarni ko'rsata bilish, marketing chora 'tadbirlarini ishlab chiqishdan iborat;

## B.iste'molchilar talabini boshqarish, integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi samarali foydalanish, iste'molchilar ehtiyojini qondirishdan iborat;

## C.marketing kompleksini ishlab chiqish, hamkorlikda choralar ishlab chiqish, innovatsion marketingdan foydalanish, resurslarni boshqarishdan iborat;

## D.tovar, narx, sotish, siljitish, integratsiyalashgan strategiyalar ishlab chiqish, faol marketingdan foydalanish, texnologik taraqqiyot omillarini hisobga olish, hamkor tarmoqlarni boshqarishdan iborat

## ANSWER: A

## Korxonaning tovar siyosatini maqsadi nimadan iborat?

## A.aniq ehtiyojni qondirishga qaratilgan tovarni bozorga taklif etish;

## B.innovatsiya siyosati, tovarning iste'mol qiymatini oshirish;

## C.assortiment siyosati, iste'mol tovarlarining turkumlanishi, yangi tovar ishlab chiqarish;

## D.tovar strategiyasini ishlab chiqish, tovar nomenklaturasini kengaytirish

## ANSWER: A

## Assortiment siyosatining asosiy vazifalari nimadan iborat?

## A.bozor ehtiyojlarini qondirish, firmaning moliyaviy faoliyati natijalarini yaxshilash, firma tajribasi, yangi bozor segmentlarini egallash, turli resurslardan foydalanishni optimallashtirish;

## B.tovar assortimentini kengaytirish, yangi tovarlarni ko'paytirish, tovar variatsiyasi, tovar modifikatsiyasiga e'tiborni jalb etish;

## C.yangi tovar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish, tovar raqobatbardoshligini oshirish, tovar modifikatsiiyasi;

## D.tovar differensiatsiyasi, tovar strategiyasini ishlab chiqish, tovar innovatsiyasi siyosatiga e'tiborni qaratish

## ANSWER: A

## Taqsimot kanalini boshqarishda nimalar inobatga olinadi?

## A.taqsimot kanalini shakllantirish, taqsimot kanalini nazorat qilish;

## B.tashish, omborga joylashtirish, ortish, tushirish, narx belgilash, siljitish;

## C.tovarlarni joylashuvini tashkil etish, saqlash, etkazib berish, tovarni siljitish siyosati;

## D.tovarlarni omborlarga joylashtirishni rejalashtirish, logistika

## ANSWER: A

## Raqobatbardoshlik qanday omillar hisobiga shakllantiriladi?

## A.ichki omillar, tashqi omillar;

## B.madaniy omillar, ijtimoiy omillar;

## C.iqtisodiy omillar, ichki omillar;

## D.moliyaviy omillar, tashqi omillar

## ANSWER: A

## Tovarni raqobatbardoshligini aniqlovchi ichki omillarga nimalar ta'sir etadi?

## A.ishlab chiqarishdagi yangiliklar, kompaniyaning to'liq faoliyatini tashkil etish, korxona xodimlarining malakasi, texnika va texnoliyalarni ishlab chiqarishda qo'llanilishi holatini o'sishi;

## B.yangi texnika va texnologiyalar, malakali mutaxassislar, huquqiy, iqtisodiy, texnologik, ijtimoiy omillar;

## C.innovatsiyalar, kompaniyaning nufuzi, bozordagi kompaniyaning ulushi, moliyaviy barqarorligi, tovar ishlab chiqarish holati, tovarlarni sotish bilan bog'liq muammolar;

## D.ishlab chiqarishdagi yangiliklar,nou'xaular, kompaniyaning moliyaviy ahvoli

## ANSWER: A

## Interaktiv reklama deganda nimani tushunasiz?

## A.muayyan bir shaxsga moslashtirilgan reklama axboroti;

## B.tovarga yo'naltirilgan reklama;

## C.hatti harakatga ta'sir qiluvchi reklama

## D.sotishga ta'sir qiluvchi reklama.

## ANSWER: A

## Sotish funksiyalari qaysi amallarning bajarilishini ko'zda tutadi?

## A.tashish, taqsimlash, saqlash, saralash, aloqa o'rnatish, axborot;

## B.tashish, taqsimlash, o'rash, qadoqlash, saqlash, ortish, tushirish;

## C.ishlab chiqarish, taqsimlash, reklama qilish, shaxsiy sotuv;

## D.ishlab chiqarish, saralash, taqsimlash, shaxssiz muloqot.

## ANSWER: A

## Sotish kanalida qanday oqimlar mavjud?

## A.egalik huquqlari oqimi, jismoniy oqim, buyurtmalar oqimi, moliyaviy oqim, axborot oqimi;

## B.jismoniy oqim, buyurtmalar oqimi, taqsimot kanallari, vertikal marketing tizimi;

## C.moliyaviy oqim, axborot oqimi, raqobatchilar oqimi, ishlab chiqaruvchilar oqimi;

## D.egalik huquqlari oqimi, moliyaviy oqim, axborot oqimi, raqobatchilar oqimi, ishlab chiqaruvchilar oqimi.

## ANSWER: A

## Sotish kanaliga kirish mumkin vositachilar?

## A.ulgurji savdogarlar, chakana savdogarlar, agentlar va xizmat ko'rsatish bo'yicha tijorat kompaniyalari.

## B.ulgurji va chakana savdogarlar, ishlab chiqarish korxonalari, kommiyavoyajerlar;

## C.agentlar va xizmat ko'rsatish bo'yicha tijorat kompaniyalari, ishlab chiqarish korxonalari, xizmat ko'rsatish korxonalari;

## D.ulgurji savdogarlar va agentlar, distrib'yuterlar, ishlab chiqaruvchilar, tijorat kompaniyalari;

## ANSWER: A

## Tovarni xarid qilishga qaysi omillar ta'sir qiladi?

## A.shakli, rangi, sifati;

## B.shakli, nomi, qadoqlanishi;

## C.rangi, nomi, tashqi ko'rinishi;

## D.sifati, nomi, hajmi.

## ANSWER: A

## Markaning tanib olinadigan, lekin o'qilmaydigan qismiga nima deyiladi.

## A.marka belgisi;

## B.marka nomi;

## C.tovar belgisi;

## D.tovar belgisi;

## ANSWER: A

## Marka yoki uning huquqiy jihatdan himoyalangan, sotuvchiga marka nomi va marka belgisidan mutlaq foydalanish huquqini beradigan qismi nima deyiladi?

## A.tovar belgisi;

## B.marka belgisi;

## C.marka nomi;

## D.ishlab chiqaruvchi markasi.

## ANSWER: A

## Innovatsiya jarayoni o'z ichiga qaysi bosqichlarni oladi?

## A.yangi tovarlar haqida g'oyalar izlab topish, g'oyalarni tanlash, yangi tovar g'oyasini iqtisodiy tahlil qilish, tovar ishlab chiqish, tovarni sinovdan o'tkazish, tovarni yangi bozorga kiritish;

## B.yangi tovarlar haqida g'oyalar izlab topish, g'oyalarni tanlash, yangi bozorlarga kirish, yangi texnologiya sotib olish, yangi xizmatlar ko'rsatish, raqobatchi holatini tahlil qilish;

## C.yangi tovar g'oyasini tijoratlashtirishni iqtisodiy tahlil qilish, tovar ishlab chiqish, tovar xarajatlarini optimallashtirish, ishlab chiqarishni zararsizlik nuqtasini ta'minlash;

## D.tovar ishlab chiqish, yangi texnologiya asosida tovar kiritish, yangi g'oyalarni topish, yangi tovarni ishlab chiqarish, yangi tovar narxni belgilash, tovar sifatini oshirish, tovra raqobatbardoshligini oshirish.

## ANSWER: A

## Daromadga ta'sir etuvchi omillarga nimalar kiradi?

## A.xarajatlar, ustamalar darajasi, zahiralar hajmi;

## B.foydaning xarajatga nisbati;

## C.tovarni tez va samarali sotish, foyda me'yorini ta'minlash;

## D.tovar aylanmasi tezligi, rentabellik

## ANSWER: A

## Tovarning bozorga kirib kelish davridagi xaridorlar kimlar bo'ladi?

## A.Tovarning bozorga kirib kelish davridagi xaridorlar kimlar bo'ladi?

## B.konservatorlar;

## C.yangilik kirituvchi

## D.innovatorlar

## ANSWER: A

## Tovar innovatsiyasi strategiyasining qanday turlarini bilasiz?

## A.tovar differentsiatsiyasi; tovar diversifikatsiyasi;

## B.tovar variatsiyasi strategiyasi; tovar differentsiatsiyasi;

## C.tovar diversifikatsiyasi; tovar eliminatsiyasi strategiyasi;

## D.tovar variatsiyasi strategiyasi; tovar eliminatsiyasi strategiyasi;

## ANSWER: A

## Korxonaning marketing muhiti nima?

## A.mikro va makromuhitning yigindisi

## B.mikromuhitning bir qismi;

## C.makromuhitning bir qismi;

## D.bozor va savdo muhiti.

## ANSWER: A

## Merchendayzing bu-

## A.Tovarni do'konda sotishni ifodalaydi

## B.Tovarni omborda sotishni ifodalaydi

## C.Tovarni ishlab chiqarish korxonalarida sotishni ifodalaydi

## D.Tovarni reklama qilishni ifodalaydi

## ANSWER: A

## Savdo korxonalarida merchendayzingni kim amalga oshiradi?

## A.Merchendayzirlar

## B.Tovarshunoslar

## C.Iqtisodchilar

## D.Savdo agentliklari

## ANSWER: A

## Merchendayzing qachon qo'llanilishi maqsadga muvofiq

## A.Bozorda tovarlar serob bo'lgan sharoitda

## B.Bozorda tovarlar kamyob bo'lgan sharoitda

## C.Bozorda tovarlar taqchil bo'lgan sharoitda

## D.Bozorda tovarlar tanqis bo'lgan sharoitda

## ANSWER: A

## Tovarlarni tranzit usuli bilan ist'molchilarga 'tkazib b'rish

## Tranzit m'yoriga rioya etilgan holda r'surslarni to'g'ridan to'g'ri 'tkazib b'rish

## Zahira m'yoriga rioya etilgan holda r'surslarni to'g'ridan to'g'ri 'tkazib b'rish

## Zahira va tranzit m'yoriga rioya etilgan holda r'surslarni to'g'ridan to'g'ri 'tkazib b'rish

## Zahiralar hosil qilish maqsadida r'surslarni to'g'ridan to'g'ri 'tkazib b'rish

## ANSWER: A

## Chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlash bo'yicha asosiy vazifalar

## 'odimlar, tovar siyosati, yuqori s'rvis darajasi, sotish tarmoqlarining ko'pligi

## Tovar aylanmasi t'zligi, r'ntab'llik

## Pul mablag'lari, turli zahiralar, tovar-moddiy boyliklar

## 'arajatlar, ustamalar darajasi, zahiralar hajmi

## ANSWER: A

## Magazinlarni ixtisoslashtirish nechta yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiriladi?

## A.2 ta yo'nalish bo'yicha

## B.3 ta yo'nalish bo'yicha

## C.4 ta yo'nalish bo'yicha

## D.5 ta yo'nalish bo'yicha

## ANSWER: A

## Magazinlarni ixtisoslashtirish qanday yo'nalishlar bo'yicha amalga oshiriladi?

## A.tovar tarmoq belgisi bo'yicha, iste'mol kompleksi bo'yicha

## B.savdo maydonining kattaligi bo'yicha

## C.xizmat ko'rsatish turlari bo'yicha

## D.tovar sotish usullari bo'yicha

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlarini joylashtirish nechta tamoyil asosida amalga oshiriladi?

## A.3 ta tamoyil asosida

## B.2 ta tamoyil asosida

## C.4 ta tamoyil asosida

## D.5 ta tamoyil asosida

## ANSWER: A

## Chakana savdo tarmoqlarini joylashtirish qanday tamoyillar asosida amalga oshiriladi

## A.bir tekis joylashtirish, gurux - gurux joylashtirish,pog`onali joylashtirish tamoyili asosida

## B.tovar tarmoq va iste'mol kompleksi tamoyillari asosida

## C.bir tekis joylashtirish, gurux - gurux joylashtirish tamoyili asosida

## D.bir tekis joylashtirish, pog`onali joylashtirish tamoyili asosida

## ANSWER: A

## O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish magazinlarining i'tisodiy samaradorligi nechta usulda ani'lanadi?

## A.2 ta usulda

## B.3 ta usulda

## C.4 ta usulda

## D.5 ta usulda

## ANSWER: A

## Birinchi universal magazin qachon va qaerda tashkil etilgan?

## A.1852 yil AQSh da

## B.1850 yil Yaponiyada

## C.1860 yil Frantsiyada

## D.1870 yil Angliyada

## ANSWER: A

## Reklama ishlab chiqaruvchi' bu

## A.reklama axborotini tarqatish uchun tayyor shaklga to'liq yoki qisman keltirishni amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxs

## B.reklama jarayonini ishlab chiqish va amalga oshirish bilan shug'ullanadigan yuridik yoki jismoniy shaxs

## C.mulkni, shu jumladan texnik vositalarni taqdim etish va (yoki) undan foydalanish orqali reklama axborotini joylashtirish yoki tarqatishni amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxs

## D.reklamani ishlab chiqarish, joylashtirish va tarqatish uchun reklama axboroti manbasi bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxs

## ANSWER: A

## Aktsiyad'rlik jamiyati ' bu:

## jism'niy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'libu aktsiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi

## B.mulk egalari t'm'nidan bir n'chta mustaqil aktsiyad'rlik jamiyatlari fa'liyatini naz'rat qilishi maqsadida tashkil etilgan xissad'rlik jamiyatidir

## C.davlat mulki va uning naz'rati 'stida ishl'vchi k'rx'na

## D.yuridik shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib u aktsiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi

## ANSWER: A

## X'lding k'mpaniyasi ' bu:

## Mulk egalari t'm'nidan bir n'chta mustaqil aktsiyad'rlik jamiyatlari fa'liyatini naz'rat qilish maqsadida tashkil etilgan xissad'rlik jamiyatidir

## ko'p taraflama qo'shma k'rx'na

## C.k''p'ratsiyaning birlamchi bo'g'ini

## D.m'n'p'listik birlashmaning bir shakli

## ANSWER: A

## Quyida qayd qilingan qaysi bir yo'l X'lding k'mpaniyasini tashkil etish uchun as's qilib 'linadi:

## yuridik jihatdan mustaqil k'rx'nalarning aktsiya pak'tlarini birlashtirish yo'li

## yangi aktsiyad'rlik jamiyatlarini ta'sis etish yo'li

## C.yirik k'rx'nalarni qayta tashkil etishda ularning tarkibiy bo'linmalarini mustaqil yuridik shaxs sifatida bunyod etish yo'li

## D.yopiq aktsiyad'rlik jamiyatlarini birlashtirish yo'li

## ANSWER: A

## X'lding k'mpaniyasining qanday turlarini bilasiz?

## A.m'liyaviy x'lding va aralash x'lding

## B. m'n'p'liyaga qarshi 'rganning ruxsati bilan tashkil etilgan x'lding

## C.mahalliy h'kamiyat ruxsati bilan tashkil etilgan x'lding

## D.m'liyaviy x'lding

## ANSWER: A

## Qo'shma k'rx'nalar d'ganda:

## milliy va x'rijiy kapital as'sida tashkil t'pgan k'rx'na tushuniladi

## xususiy va davlat mulki as'sida tashkil t'pgan k'rx'na tushuniladi

## C.xususiy va jam'a mulki as'sida tashkil t'pgan k'rx'na tushuniladi

## D.davlat va jam'a mulki as'sida tashkil t'pgan k'rx'na tushuniladi

## ANSWER: A

## Reklama tarqatuvchi - bu

## A.mulkni, shu jumladan texnik vositalarni taqdim etish va (yoki) undan foydalanish orqali reklama axborotini joylashtirish yoki tarqatishni amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxs

## B.reklamani ishlab chiqarish, joylashtirish va tarqatish uchun reklama axboroti manbasi bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxs

## C.reklama jarayonini ishlab chiqish va amalga oshirish bilan shug'ullanadigan yuridik yoki jismoniy shaxs

## D.reklama axborotini tarqatish uchun tayyor shaklga to'liq yoki qisman keltirishni amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxs

## ANSWER: A

## Reklama agentliklari va ularning bo'limlari qanday tamoyillar asosida tashkil etiladi?

## A.vazifalarni taqsimlash bo'yicha, reklama vositalari bo'yicha, tovar xususiyatlari bo'yicha, sotish usuli bo'yicha, xududiy xususiyati bo'yicha

## B.iqtisodiy talablar bo'yicha, ijtimoiy talablar bo'yicha, huquqiy talablar bo'yicha

## C.siyosiy talablar bo'yicha, ma'naviy talablar bo'yicha, psixologik talablar bo'yicha

## D.demografik talablar bo'yicha, mintaqaviy talablar bo'yicha, xalqaro talablar bo'yicha

## ANSWER: A

## Reklama agentliklari qanday turlarga bo'linadi?

## A.universal va ixtisoslashgan reklama agentliklariga

## B.ixtisoslashgan va tor doirada ixtisoslashgan reklama agentliklariga

## C.katta va kichik reklama agentliklariga

## D.universal va kompleks reklama agentliklariga

## ANSWER: A

## Reklama faoliyatining eng ko'p tarqalgan turini tanlang

## A.savdo reklamasi

## B.savdo belgisi reklamasi

## C.eksport tovarlar reklamasi, import tovarlar reklamasi

## D.ular kishini u yoki bu tovarlarni (xizmatlarni) sotib olishga undash maqsadida unga xabar beruvchi ta'sir funktsiyasini bajaradi

## ANSWER: A

## Reklama xabarlarining oddiy axborot xabarlaridan farqi nimada?

## A.ular kishini u yoki bu tovarlarni (xizmatlarni) sotib olishga undash maqsadida unga xabar beruvchi ta'sir funktsiyasini bajaradi

## B.ular kishini u yoki bu import tovarlarni (xizmatlarni) sotib olishga undash maqsadida unga xabar beruvchi ta'sir funktsiyasini bajaradi

## C.ular tovarlar (xizmatlar) ishlab chiqarishni oshirish maqsadida kishini undash funktsiyasini bajaradi

## D.ular kishini chet elda u yoki bu tovarlarni (xizmatlarni) sotib olishga undash maqsadida unga xabar beruvchi ta'sir funktsiyasini bajaradi

## ANSWER: A

## Aksilreklama nima?

## A.noto'g'ri reklama keltirib chiqargan yoki keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan oqibatlarni bartaraf etish maqsadida tarqatiladigan raddiya

## B.yashirin reklama keltirib chiqargan yoki keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan oqibatlarni bartaraf etish maqsadida tarqatiladigan raddiya

## C.to'g'ri reklama keltirib chiqargan yoki keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan oqibatlarni bartaraf etish maqsadida tarqatiladigan raddiya

## D.qiyosiy reklama keltirib chiqargan yoki keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan oqibatlarni bartaraf etish maqsadida tarqatiladigan raddiya

## ANSWER: A

## Yashirin reklama nima?

## A.iste'molchilarning ongiga uning o'zi anglamagan holda ta'sir o'tkazadigan reklama

## B.raqobatchiga yoki uning tomonidan taqdim etilayotgan muayyan bir turdagi maxsulotga bevosita yoki bilvosita aynanlashtiriladigan reklama

## C.davlatga moddiy va ma'naviy zarar yetkazish ehtimoli bo'lgan reklama

## D.millat ma'naviyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan reklama

## ANSWER: A

## Noto'g'ri reklama nima?

## A.davlatga moddiy va ma'naviy zarar yetkazish ehtimoli bo'lgan reklama

## B.millat ma'naviyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan reklama

## C.istimolchilarning ongiga uning o'zi anglamagan holda ta'sir o'tkazadigan reklama

## D.raqobatchiga yoki uning tomonidan taqdim etilayotgan muayyan bir turdagi maxsulotga bevosita yoki bilvosita aynanlashtiriladigan reklama

## ANSWER: A

## Qiyosiy reklama nima?

## A.raqobatchiga yoki uning tomonidan taqdim etilayotgan muayyan bir turdagi maxsulotga bevosita yoki bilvosita aynanlashtiriladigan reklama

## B.millat ma'naviyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan reklama

## C.iste'molchilarning ongiga uning o'zi anglamagan holda ta'sir o'tkazadigan reklama

## D.davlatga moddiy va ma'naviy zarar yetkazish ehtimoli bo'lgan reklama

## ANSWER: A

## 'Xalq magazini' qachon va qaerda tashkil etilgan?

## A.1934 yil Frantsiyada

## B.1930 yil AQSh da

## C.1932 yil Angliyada

## D.1940 yil Yaponiyada

## ANSWER: A

## Mark'ting taktikasi- bu

## Maqsadga erishish uchun harakatlar yig'indisi

## Bozorni, talabni, kishilar ehtiyojini o'rganishga qaratilgan faoliyat

## Ob''ktiv maqsadlarni aniqlashtirilgan, bir-biriga bog'langan ko'rinishi

## Tovarni mavhum holda ist'molchiga 'tkazib b'rish, raqobatbardoshlikni oshirish

## ANSWER: A

## SHtrix kod nima?

## Tovar nomerining grafik tasviri

## Tovar nomerining geometrik tasviri

## Tovar nomerining geografik tasviri

## Tovar nomerining fizik tasviri

## ANSWER: A

## SHtrix kod qanday rang bilan yozib bo'lmaydi?

## Qizil

## Ko'k

## Sariq

## YAshil

## ANSWER: A

## SHtrix kodda tovar baxosi yoziladimi?

## Yo'q yozilmaydi

## Xa yoziladi

## Qisman yoziladi

## To'liq emas

## ANSWER: A

## Savdo tashkilotlarining funktsiyalari qanday turlarga bo'linadi?

## A.savdo ' operativ, boshqaruv, xo'jalikka xizmat ko'rsatish

## B.savdo ' operativ, savdo ' texnologik, sotish

## C.sotish, xizmat ko'rsatish, boshqaruv

## D.talabni o'rganish, rejalashtirish, boshqarish

## ANSWER: A

## Tovar sifati nima?

## O'z funktsiyasiga ko'ra ayrim ehtiyojlarni qondirishni ta'minlay oladigan xususiyatlar yig'indisi

## Biror belgi bo'yicha bir-biriga o'xshash tovar turlarining yig'indisi;

## Turli o'lchov va ko'rinishdagi bir xil fenktsional xususiyatga ega tovarlar yig'indisi

## O'z funktsiyasiga ko'ra hamma ehtiyojlarni qondirishni ta'minlay ola-digan xususiyatlar yig'indisi

## ANSWER: A

## Tovar nima?

## Sotish uchun ishlab chiqarilgan mehnat mahsuli;

## Iste'mol uchun ishlab chiqarilgan mehnat mahsuli;

## Barter uchun ishlab chiqarilgan mehnat mahsuli;

## Ehtiyojni qondirish uchun ishlab chiqarilgan mehnat mahsuli.

## ANSWER: A

## Tovarning iste'mol qiymati deganda nima tushuniladi?

## Tovarning iste'mol qiymati uning foydali imkoniyatini ifodalaydi;

## Tovarning iste'mol qiymati uning ehtiyojni qondirish xususiyatini ifodalaydi;

## C.Tovarning iste'mol qiymati uning talabni qondirish xususiyatini ifodalaydi;

## D. Tovarning iste'mol qiymati uning talab va ehtiyoj-ni qondirish xususiyatini ifodalaydi

## ANSWER: A

## Tovarning iste'mol qiymati qanday tarkibiy qismlardan tashkil topgan bo'ladi?

## Sifat va assortiment

## Talab va ehtiyoj;

## Konkret va abstrakt mehnat;

## Fan va texnika taraqqiyoti yutuqlari

## ANSWER: A

## Tovar assortimenti nima?

## A.Biror belgi bo'yicha bir-biriga o'xshash va bir xil funktsional xususiyatga ega tovar turlarining yig'indisi

## B. Bir xil rangdagi tovar turlarining yig'indisi

## C. Bir xil o'lchamdagi tovar turlarining yig'indisi

## D. Bir xil o'lchov va ko'rinishdagi turli xil funktsional xususiyatga ega tovar turlarining yig'indisi

## ANSWER: A

## Sanoat assortimenti nima?

## Ayrim korxona, korxonalar birlashmasi yoki sanoat tarmog'i tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar nomenklaturasi

## CHakana va ulgurji savdo muomalasi sohasida bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## Davlat zahirasida bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## Yo'lda bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## ANSWER: A

## Savdo assortimenti nima?

## CHakana va ulgurji savdo muomalasi sohasida bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## Davlat zahirasida bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## Yo'lda bo'lgan tovarlar nomenklaturasi

## Ayrim korxona, korxonalar birlashmasi yoki sanoat tarmog'i tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar nomenklaturasi

## ANSWER: A

## Savdo korxonasi assortimenti nima?

## Do'kon, ombor, bazadagi assortiment

## O'rmon xo'jaligi maxsulotlari assortimenti

## Sanoat korxonasi maxsulotlari assortimenti

## Fermer xo'jaligi maxsulotlari assortimenti

## ANSWER: A

## Tovarlar assortimentini shakllantirishning mohiyati nimadan iborat?

## Xizmat ko'rsatilayotgan xudud axolisining extiyojlarini qondirish uchun tovarlarni komplektlash

## Tovarlarni sotish xajmini oshirish

## Tovarlarni televidenie va radioda reklama qilish

## Tovarlarga baxo o'rnatish

## ANSWER: A

## Aylanma mablag'lar bu-

## Pul mablag'lari mablag'lari, 'om-ashyo, moddiy r'surslar, t'z eskiradigan kam qiymatli tovarlar

## Pul mablag'lari, turli zahiralar, tovar-moddiy boyliklar

## Pul mablag'lari

## Tovar aylanmasi t'zligi, r'ntab'llik

## ANSWER: A

## Kor'onaning asosiy ishlab chiqarish fondlariga quyidagilar kiritiladi...

## Bino, inshootlar, uzatish moslamalari, mashina va uskunalar, tugallanmagan ishlab chiqarish, asboblar va moslamalar, transport vositalari

## Bino inshootlar uzatish moslamalari, mashina va uskunalar, transport vositalari asbob va moslamalar, 'ujalik va ishlab chiqarish inv'ntarlari

## Bino, inshootlar, uzatish moslamalari, mashina va uskunalar, transport vositalari, 'om ashyo mat'riallari, ishlab chiqarish va 'ujalik inv'ntari

## Bino, inshoatlar, uzatish moslamalari, mashina va uskunalar, transport vositalari, asbob uskunalar, ishlab chiqarish va 'o'jalik inv'ntari, tayyor mahsulot

## ANSWER: A

## Yangi kor'onalarni tashkil etish borasida quyidagi shartlardan qaysi biri asosiy hisoblanadi?

## A.Aniq bizn's-r'jaga va boshlang'ich kapitalga ega bo'lish;

## B. Kor'onaning joylashuv maskanini aniqlash;

## C.SH'riklarni tanlash;

## D.Bozor talabini o'rganish.

## ANSWER: A

## Asosiy fondlarni amortizatsiyasi bu - ...

## Asosiy fondlarni eskirishi.

## Asosiy fondlarni qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulot tannar'iga utkazish jarayoni

## Ishlab chiqarish fondlarini tiklanuvchanligi (r'novatsiyasi)

## Asosiy fondlarni saqlash 'arajatlari.

## ANSWER: A

## Kor'onani aylanma fondlari - bu ...

## Ishlab chiqarish jarayonida bir marotaba qatnashib, o'zining to'liq qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotni tannar'iga o'tkazib yuboradigan ishlab chiqarish vositalarining bir qismi,

## Ishlab chiqarish jarayonida bir yil ishtiroq etadigan m'hnat buyumlari

## Ishlab chiqarish jarayonida bir n'cha marta qatnashib, uz qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotning tannar'iga o'tkazib boradigan m'hnat buyumlari,

## Asosiy va yordamchi mat'riallar, kor'onada ishlab chiqarilgan yarim fabrikatlar, butlovchi buyumlar.

## ANSWER: A

## Assortiment kengligi nima?

## Ma'lum maqsaddagi buyumlar turlari va guruhchalari miqdori

## O'lchov asboblari va etalonlari miqdori

## Me'yoriy xujjatlar miqdori

## Laboratoriyadagi tovarlarni sinash miqdori

## ANSWER: A

## Assortiment kengligining nisbiy ko'rsatkichi nima?

## Kenglik koeffitsienti

## Elastiklik koeffitsienti

## To'liqlilik koeffitsienti

## Tuzatish koeffitsienti

## ANSWER: A

## Assortiment to'liqliligi nima?

## Tur ichidagi tovar turlarining miqdori

## Tizim ichidagi tovar turlarining miqdori

## Majmua ichidagi tovar turlarining miqdori

## Tarmoq ichidagi tovar turlarining miqdori

## ANSWER: A

## Assortiment to'liqliligi nima bilan ifodalanadi?

## A.To'liqlilik koeffitsienti bilan

## B.Elastiklik koeffitsienti bilan

## C.Kenglik koeffitsienti bilan

## D.Tuzatish koeffitsienti bilan

## ANSWER: A

## Assortiment turg'unligi nima?

## Assortiment kengligi va to'liqliligining ma'lum vaqt davomida tebranishi

## Assortiment davomiyligi va uzunligining ma'lum vaqt davomida tebranishi

## Assortimentning uzluksizligi va diskretliligi

## Assortimentning kompleksliligi va tizimliligi

## ANSWER: A

## Assortimentning yangilanish darajasi nima bilan ifodalanadi?

## Umumiy tovar keltirilishidagi yangi buyumlar salmog'i bilan

## Umumiy tovar keltirilishidagi eski buyumlar salmog'i bilan

## Umumiy tovar keltirilishidagi ma'naviy eskirgan buyumlar salmog'i bilan

## Tuzatish koeffitsienti bilan

## ANSWER: A

## Oldi-sotdi shartnomasi

## Mahsulot 'tkazib b'rishning barcha shartlari ko'rsatilgan hujjat

## Raqobat, mulkchilik shakllari, baholarning ishlab chiqaruvchi, vositachilar tomonidan b'lgilanishi

## Tovar sotish va sotib olishni ch'klash

## Savdoning erkinligi, ulgurji bozorning ahamiyatliligi, vositachilar sonining ko'pligi

## ANSWER: A

## Nar' siyosati nimalarni e'tiborga olishi k'rak?

## talabni, taklifni, tovar sifatini, ist'molchining 'arid quvvatini e'tiborga olishi k'rak

## B.kompaniyalar imidji o'rtasidagi raqobat

## C. tovar sifatini e'tiborga olishi k'rak

## D. taklifni e'tiborga olishi k'rak

## ANSWER: A

## Dil'rlar- bu

## Moddiy javobgarlikni o'z zimmasiga olmaydigan, buyurtmachi nomidan ish ko'ruvchi vositachi

## Bozorni, ist'molchilarni, qonuniyatlarni o'rganish, iqtisodiy ko'rsatkichlarni tahlil qilish

## YAgona yoki bir n'cha ta'sischi, 'ususiy mulk, faoliyatning erkinligi

## Bozorni, talabni, kishilar ehtiyojini o'rganishga qaratilgan faoliyat

## ANSWER: A

## Aylanma mablag'larni shakllantirish manbalari

## Ustav fondi, foyda, kr'ditlar

## Pul mablag'lari, turli zahiralar, tovar-moddiy boyliklar

## Tijorat faoliyati natijasi, 'arid qilish bilan sotish bahosi o'rtasidagi farq

## Tovar aylanmasi t'zligi, r'ntab'llik

## ANSWER: A

## 'Bir xil baholi' magazin qachon va qaerda tashkil etilgan?

## A.1934 yil Frantsiyada

## B.1930 yil AQSh da

## C.1932 yil Angliyada

## D.1940 yil Yaponiyada

## ANSWER: A

## Birinchi o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish magazinlari qachon tashkil etilgan?

## A.1948 yilda

## B.1930 yilda

## C.1942 yilda

## D.1940 yilda

## ANSWER: A

## Birinchi savdo markazi qachon tashkil etilgan?

## A.1949 yilda

## B.1940 yilda

## C.1942 yilda

## D.1950 yilda

## ANSWER: A

## Birinchi supermarket qachon tashkil etilgan

## A.1958 yilda

## B.1940 yilda

## C.1949 yilda

## D.1955 yilda

## ANSWER: A

## Asosiy fondlar-bu'

## A.moddiy (ashyoviy) boylik bo`lib o`zining tabiy ko`rinishini uzoq vaqt moboynida o`zgartirmaydi hamda qiymatini ishlab chiqarilayotgan maxsulot qiymatiga qismlab o`tkazadi

## B.moddiy (ashyoviy) boylik bo`lib o`zining tabiy ko`rinishini uzoq vaqt moboynida o`zgartirmaydi hamda qiymatini ishlab chiqarilayotgan maxsulot qiymatiga to`liq o`tkazadi

## C.moddiy (ashyoviy) boylik bo`lib o`zining tabiy ko`rinishini uzoq vaqt moboynida o`zgartirmaydi hamda qiymatini ishlab chiqarilayotgan maxsulot qiymatiga umuman o`tkazmaydi

## D.moddiy (ashyoviy) boylik bo`lib o`zining tabiy ko`rinishini uzoq vaqt moboynida o`zgartirmaydi hamda qiymatini ishlab chiqarilayotgan maxsulot qiymatiga o`tkazmaydi

## ANSWER: A

## Asosiy fondlar qanday tarkibiy qismlardan tashkil topgan bo`ladi

## A.aktiv va passiv qismlardan

## B.ishlab chiqarish va zahira qismlardan

## C.ishlab chiqarish va jamg`arma qismlardan

## D.ishlab chiqarish va no ishlab chiqarish qismlardan

## ANSWER: A

## Savdo reklamasiga qanday talablar qo'yiladi?

## A.haqqoniylik, aniqlik, maqsadga yo'naltirilganlik, insonparvarlik va kompetentlik

## B.vijdoniylik, insonparvarlik, kompetentlik, xalqaro yo'nalganlik

## C.vijdoniylik, insonparvarlik, kompetentlik, milliy yo'nalganlik

## D.operativlik, insonparvarlik, kompetentlik, haqqoniylik

## ANSWER: A

## Merchendayzingning to'rt 'o'qi'- bu'

## A.boshqarish, animatsiya, assortiment, taqdim etish

## B.boshqarish, rejalashtirish, tahlil qilish, nazorat qilish

## C.marketing, menejment, buxgalteriya, audit

## D.biznes, marketing, menejment, tadbirkorlik

## ANSWER: A

## Rentabellik ' bu...

## A.foydaning nisbiy ko'rsatkichi

## B.xarajatning nisbiy ko'rsatkichi

## C.daromatning nisbiy ko'rsatkichi

## D.tovar oborotining nisbiy ko'rsatkichi

## ANSWER: A

## Aktsiz solig'i stavkasini kim b'lgilaydi?

## Vazirlar Mahkamasi

## Oliy Majlis

## Moliya Vazirligi

## Davlat soliq qo'mitasi

## ANSWER: A

## Bizn's - r'ja nima?

## bizn's - r'ja firmaning rivojlanishi strat'giyasini b'lgilab b'radigan asosiy 'ujjat

## bu tadbirkorlarning bizn's uchun kapital yiguvchi va u uchun boshkaruv yunalishlarini b'lgilash uchun tuzilgan 'ujjat

## tadbirkorlikning op'rativ faoliyatini yurgizish r'jasi

## kor'onaning kiska davrga muljallangan r'jasi

## ANSWER: A

## Bizn's r'ja tuzish muddatlari qaysi bandda to'g'ri ko'rsatilgan?

## Muddatsiz

## 1 yilga

## 1 yildan 10 yilgacha

## 3 yildan 5 yilgacha

## ANSWER: A

## Bizn's r'ja n'chta bo'limdan iborat bo'ladi?

## 5 dan 18 gacha

## B.5

## C.9

## D.18

## ANSWER: A

## Konsortsium ' bu:

## aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan kor'onalarning muvaqqat birlashmasi

## monopolistik birlashmaning bir shakli

## yuridik sha's huquqiga ega bo'lgan mustaqil 'o'jalik yurituvchi sub''kt, m'hnat jamoasi

## yirik ko'p tarmoqli kor'ona

## ANSWER: A

## 'Zararsizlik nuqtasi' nima?

## bu nuqta 'arajatlarni qoplash uchun zarur bo'lgan minimal oborot hajmini yoki minimal tushum hajmini ko'rsatadi

## u doimiy 'arajatlarni qoplashdan iborat

## bu nuqta o'zgaruvchan 'arajatlarni qoplashdan iborat

## doimiy va o'zgaruvchan 'arajatlarni qoplashdan iborat

## ANSWER: A

## Fond qaytimi -bu'

## A.asosiy fondlarning bir so`miga qancha ishlab chiqariladigan maxsulot to`g`ri kelishini ifodalaydi

## B.ishlab chiqarilgan maxsulotning har bir so`m foydasiga qancha asosiy fond to`g`ri kelishini ifodalaydi

## C.asosiy fondlarning foydasiga qancha ishlab chiqariladigan maxsulot to`g`ri kelishini ifodalaydi

## D.asosiy fondlarning tannarxiga qancha ishlab chiqariladigan maxsulot to`g`ri kelishini ifodalaydi

## ANSWER: A

## Fond sig`imi -bu..

## A.ishlab chiqarilgan maxsulotning har bir so`miga qancha asosiy fond to`g`ri kelishini ifodalaydi

## B.ishlab chiqarilgan maxsulotning har bir so`m foydasiga qancha asosiy fond to`g`ri kelishini ifodalaydi

## C.ishlab chiqarilgan maxsulotning har bir so`m xarajatiga qancha asosiy fond to`g`ri kelishini ifodalaydi

## D.ishlab chiqarilgan maxsulotning har bir so`m daromadiga qancha asosiy fond to`g`ri kelishini ifodalaydi

## ANSWER: A

## Amortizatsiya-bu'

## A.asosiy fondlar eskirishini maxsulotning ishlab chiqarish tan narxiga qismlab o`tkazish yo`li bilan yig`ilib boriladigan pul mablag`laridir

## B.asosiy fondlar eskirishini maxsulotning ishlab chiqarish tan narxiga to`la o`tkazish yo`li bilan yig`ilib boriladigan pul mablag`laridir

## C.asosiy fondlarning yangilanishi

## D.asosiy fondlarning aktiv va passiv qismlarining yangilanishi

## ANSWER: A

## Davr xarajatlari -bu'

## A.ishlab chiqarish jarayoni bilan bog` bo`lmagan xarajatlar

## B.maxsulotlarni sotish xarajatlari

## C.boshqaruv xarajatlari

## D.umumxo`jalik ahamiyatiga ega bo`lgan xarajatlar

## ANSWER: A

## Brend-imidj ' bu

## A.tovar belgisi bilan tamg'alangan tovar obrazi

## B.firma nomi

## C.tovar belgisi

## D.tovar nomi

## ANSWER: A

## Brending - bu

## A.iste'molchi ongiga personallashtirilgan brend-imidjni yaratish va joriy etish

## B.Tadqiqot amaliyotini ommaviylik tug'diruvchi xavflardan himoya qilish

## C.ijtimoiy va marketing tadqiqotlarida yuqori standartlarni saqlab turish

## D.brendni yaratish bo'yicha bozor tadqiqotlari natijalarini kodlashtirish

## ANSWER: A

## Reklama kampaniyalari o'tkazish bilan shug'ullangan ilk reklama agentligi qachon tashkil etilgan?

## A.1890 yilda

## B.1880 yilda

## C.1870 yilda

## D.1608 yilda

## ANSWER: A

## Reklama kampaniyalari o'tkazish bilan shug'ullangan ilk reklama agentligi qanday nom bilan atalgan?

## A."Ayer va uning o'g'li"nomi bilan atalgan

## B."Dentsu" nomi bilan atalgan

## C."Palmer" nomi bilan atalgan

## D."London jarchilari" nomi bilan atalgan

## ANSWER: A

## Xalqaro reklama assotsiatsiyasi qachon tashkil etilgan?

## A.U 1938 yilda Ekspert reklama assotsiatsiyasi sifatida tashkil etilgan bo'lib, 1953 yilda xozirgi nomini olgan

## B.U 1930 yilda Ekspert reklama assotsiatsiyasi sifatida tashkil etilgan bo'lib, 1950 yilda xozirgi nomini olgan

## C.U 1935 yilda Ekspert reklama assotsiatsiyasi sifatida tashkil etilgan bo'lib, 1958 yilda xozirgi nomini olgan

## D.U 1945 yilda Ekspert reklama assotsiatsiyasi sifatida tashkil etilgan bo'lib, 1960 yilda xozirgi nomini olgan

## ANSWER: A

## Xalqaro reklama assotsiatsiyasining Umumjahon kotibiyati qaerda joylashgan?

## A.Nyu-Yorkda

## B.Londonda

## C.Vashingtonda

## D.Parijda

## ANSWER: A

## "Reklama to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni qachon qabul qilingan?

## A.1998 yilda

## B.1995 yilda

## C.1991 yilda

## D.2002 yilda

## ANSWER: A