

**XVI ВСЕРОССИЙСКАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: КОММЕРЦИЯ»**

Задание 1.

Каждому из приведенных ниже терминов и понятий, отмеченных цифрами (левая колонка), найдите соответствующее определение, обозначенное буквой (правая колонка).

1. Товары производственного назначения.	А. Товар, использование которого позволяет расширить круг удовлетворяемых потребностей, улучшить использование других товаров.
2. Товар высший.	Б. Товар с уникальными свойствами, для приобретения которого покупатель готов нести дополнительные затраты.
3. Товар низший.	В. Состоят из средств труда и предметов труда, предназначенных для продажи другим предприятия.
4. Товар инновационный.	Г. Товар, который может декларироваться вместо товара риска.
5. Товар повышенного спроса.	Д. Товар, спрос на который растет при росте доходов потребителей за счет уменьшения спроса на низшие товары.
6. Товар престижный.	Е. Товар,
7. Товар стандартизированный.	Ж. Товар, спрос на который падает при росте предложения этого товара и смещается в сторону товаров более высокого качества.
8. Товар сопутствующий.	З. Товар, хранящийся на таможенном складе и не оформленный в соответствии с таможенными правилами.
9. Товар бондовый.	И. Товар, все единицы которого полностью заменяют друг друга, идентичны.
10. Товар прикрытия.	К. Товар, удовлетворяющий новые потребности или существующие потребности принципиально новым способом.

Задание 2.

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа.

11.	Термин, обозначающий классификацию товаров по типу покупателей и по путям их доставки: А. Класс товаров. Б. Номенклатура товаров. В. Тип товаров.
12.	Выполняют сбытовые операции по поручению промышленных организаций – производителей товаров, которые, в свою очередь, оставляют за собой право собственности на товар до перехода к покупателю: А. Оптовые организации – брокеры. Б. Оптовые организации – агенты. В. Оптовые организации – посредники.
13.	Cash&Carry в буквальном смысле означает: А. Плати и увози. Б. Плати и носи с собой. В. Продажа с колес.
14.	Ярмарочную и выставочную деятельность по многим признакам можно отнести к конкурентным формам коммерции: А. ДА. Б. НЕТ.
15.	Основная цель ярмарочных торгов: А. Оптовая продажа товаров. Б. Заключение прямых договоров между продавцами и покупателями. В. Все ответы верны. Г. Нет правильного ответа.
16.	Признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, который примет предложение: А. Акцепт. Б. Оферта. В. Аккредитив.

17.	<p>Если продавец отказывается передать покупателю проданный товар:</p> <p>А. Покупатель вправе отказаться от договора купли-продажи.</p> <p>Б. Покупатель не вправе отказаться от договора купли-продажи.</p>
18.	<p>В случае, когда на комплектующее изделие в договоре купли-продажи установлен гарантийный срок меньшей продолжительностью, чем на основное изделие, то:</p> <p>А. Покупатель вправе предъявить требования, связанные с недостатками комплектующего изделия, при их обнаружении в течение гарантийного срока на основное изделие.</p> <p>Б. Покупатель не вправе предъявить требования, связанные с недостатками комплектующего изделия, при их обнаружении в течение гарантийного срока на основное изделие.</p>
19.	<p>Денежная сумма, которую должник уплачивает кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства:</p> <p>А. Штраф.</p> <p>Б. Роялти.</p> <p>В. Неустойка.</p>
20.	<p>Это магазин, площадь которого составляет не менее 10 тыс. кв. м. Отличается расширенным ассортиментом товаров, который составляет от 40 до 150 тысяч позиций:</p> <p>А. Супермаркет.</p> <p>Б. Гипермаркет.</p> <p>В. Дискаунтер.</p>
21.	<p>Это магазин, площадь которого составляет от 2 до 5 тыс. кв. м. Ассортиментом товаров составляет от 4 до 20 тысяч позиций:</p> <p>А. Супермаркет.</p> <p>Б. Гипермаркет.</p> <p>В. Дискаунтер.</p>
22.	<p>Это магазин, площадь которого составляет от 500 до 1,5 тыс. кв. м. Ассортиментом товаров достаточно узок, дополнительные услуги не предоставляются:</p> <p>А. Супермаркет.</p> <p>Б. Гипермаркет.</p> <p>В. Дискаунтер.</p>
23.	<p>Магазин, где продается эксклюзивная одежда, а также аксессуары. Его ассортимент может включать одежду нескольких брендов, но не обязательно. Может являться официальной торговой точкой известных домов моды. Может быть как мультибрендовым, так и монобрендовым:</p>

	<p>А. Бутик.</p> <p>Б. Шоу-рум.</p> <p>В. Концепт-стор.</p>
24.	<p>Товар должен быть открыт и доступен для обзора:</p> <p>А. Принцип эффективности.</p> <p>Б. Принцип совместимости.</p> <p>В. Принцип системности.</p> <p>Г. Принцип достаточности.</p> <p>Д. Принцип наглядности.</p>
25.	<p>Основан на установлении и применении порядка при расположении товаров на оборудовании:</p> <p>А. Принцип эффективности.</p> <p>Б. Принцип совместимости.</p> <p>В. Принцип системности.</p> <p>Г. Принцип достаточности.</p> <p>Д. Принцип наглядности.</p>
26.	<p>Достижение наилучших результатов при разумных затратах:</p> <p>А. Принцип эффективности.</p> <p>Б. Принцип совместимости.</p> <p>В. Принцип системности.</p> <p>Г. Принцип достаточности.</p> <p>Д. Принцип наглядности.</p>
27.	<p>Способность товаров к совместному размещению без утраты потребительских свойств:</p> <p>А. Принцип эффективности.</p> <p>Б. Принцип совместимости.</p> <p>В. Принцип системности.</p> <p>Г. Принцип достаточности.</p> <p>Д. Принцип наглядности..</p>
28.	<p>Полное представление торгового ассортимента предприятия:</p> <p>А. Принцип эффективности.</p> <p>Б. Принцип совместимости.</p> <p>В. Принцип системности.</p> <p>Г. Принцип достаточности.</p>

	Д. Принцип наглядности.
29.	Визуальное представление выкладки товара на вертикальном оборудовании, выполненное в виде графических схем или фотографий: А. Графический дизайн. Б. Чертеж. В. Планограмма.
30.	Если товар – лидер, его выгоднее разместить отдельно: А. ДА. Б. НЕТ.