

Федеральное агентство по сельскому хозяйству
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Мичуринский государственный аграрный университет»

КАФЕДРА СТАТИСТИКИ И АНАЛИЗА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СБОРНИК ТЕСТОВ

по дисциплине

«Статистика»

*(раздел II «Статистика коммерческой
деятельности»)*

для самостоятельной работы студентов 3 курса
технологического института
специальность **35.13.00** –«Коммерция»



Мичуринск – наукоград РФ 2005

Сборник тестов подготовлен ст. преподавателем **В.Б. Поповой**.

Рецензент:

доцент кафедры маркетинга, коммерции и товароведения
С.А.Жидков

Рассмотрен на заседании кафедры статистики и анализа хозяйственной деятельности протокол №6 от 15 марта 2005 г.

Рекомендовано к изданию методической комиссией технологического института МГАУ протокол №9 от 23 мая 2005 г.

Председатель _____ Негреева А.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Статистическое изучение торговли товарами.....	4
Статистическое изучение цен и ценообразование в коммерции.....	8
Статистика товародвижения и товарооборота.....	12
Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости.....	16
Статистика рыночной инфраструктуры и социально-экономической эффективности рыночных процессов.....	20
Список рекомендуемой литературы.....	24

©Издательство Мичуринского государственного аграрного университета, 2005

Введение

В сборнике содержатся тесты по основным темам курса статистики коммерческой деятельности.

Предназначен для использования на занятиях и самостоятельной работы студентов в качестве контроля лекционного курса. Предлагаемые варианты тестов рассчитаны на закрепление основных понятий, показателей и методов, используемых в статистическом анализе коммерческой деятельности, и выработку умения использования их при решении конкретных ситуаций на рынке товаров и услуг.

Каждый вариант содержит 10 вопросов разной степени сложности, дифференцированных по трем типам. Первый тип вопросов предполагает выбор единственного верного ответа, второй тип – выбор нескольких верных ответов из перечисленных, третий тип – установление соответствия.

Вопросы в тесте расположены в логической последовательности, увязаны с материалом лекций и рекомендуемой литературой.

ТЕМА 1. *Статистическое изучение торговли товарам*

ВАРИАНТ 1

1. Соотнесите показатели рыночной конъюнктуры с соответствующими им субблоками показателей:

- 1) показатели масштаба и типа рынка;
- 2) показатели функционирования рыночного механизма и пропорциональности развития рынка;
- 3) показатели динамического и территориального развития рынка;
 - а) число продавцов;
 - б) индекс сезонности;
 - в) емкость рынка;
 - г) объем заключенных сделок;
 - д) уровень дефицитности товаров;
 - е) размах вариации цены.

2. По какому классификационному признаку выделяют скрытый спрос:

- а) по форме образования;
- б) по тенденции изменения;
- в) в зависимости от намерений покупателей.

3. Какой метод получения конъюнктурной информации осуществляется на платной основе:

- а) тенденциональный опрос;
- б) панель;
- в) анкетирование;
- г) интервьюирование.

4. Экспертные оценки могут быть:

- а) только количественные;
- б) только качественные;
- в) и количественные, и качественные.

5. Равноускоренный тип развития рыночных параметров выражается функцией:

- а) прямолинейной;
- б) показательной;
- в) параболической;
- г) гиперболической;
- д) логистической.

6. Коэффициент аппроксимации характеризует:

- а) устойчивость рынка;
- б) основную тенденцию развития рынка;
- в) цикличность рынка;
- г) степень коммерческого риска;
- д) уровень конкурентоспособности товара.

7. Для устранения влияния случайных факторов при выявлении сезонной волны рыночных параметров:

- а) используют в расчете данные за несколько лет;
- б) производят выравнивание уровней динамического ряда;
- в) исключают из ряда уровни с «аномальными» значениями.

8. Доля фирмы в общем стоимостном объеме продаж товара в регионе в анализируемый период колеблется от 24 до 36%. С точки зрения конкурентного анализа позиция фирмы характеризуется как:

- а) претендент на лидерство;
- б) последователь;
- в) лидер;
- г) аутсайдер.

9. Какие из перечисленных условий определяют формирование диверсификации как стратегии маркетинга:

- а) благоприятная рыночная ситуация;
- б) неблагоприятная рыночная ситуация;
- в) высокий потенциал фирмы;
- г) низкий потенциал фирмы.

10. Как называется показатель, характеризующий среднее число потребителей, через руки которых проходит один экземпляр носителя рекламы:

- а) норма обращения;
- б) коэффициент обращения;
- в) норма полного проникновения;
- г) внедрение рекламы.

ВАРИАНТ 2

1. Какие из перечисленных показателей относятся к субблоку показателей динамического и территориального развития рынка (3 субблоку):

- а) емкость рынка;
- б) число заключенных сделок;
- в) коэффициент аппроксимации спроса;
- г) индекс потребительских настроений;
- д) коэффициент вариации цен;
- е) среднегодовой темп прироста товарных запасов;
- ж) потенциал товарного предложения.

2. Соотнесите виды спроса с классификационными признаками их выделения:

- 1) сезонный спрос;
- 2) угасающий спрос;
- 3) альтернативный спрос;
- а) по тенденции изменения;
- б) в зависимости от намерений покупателей;
- в) по форме образования.

3. Какой статистический метод применяется при определении экспертной оценки:

- а) группировки;
- б) индексы;
- в) ряды динамики;
- г) частотные распределения;
- д) корреляция.

4. Экспертная оценка – это:

- а) согласованное мнение экспертов;
- б) мнение экспертов, имеющих наиболее высокий ранг важности;
- в) аргументированное мнение экспертов, отличающееся от абсолютного большинства.

5. Модель тренда спроса на товар имеет вид $\bar{y}_t = 26,5 + 3,6t - 0,2t^2$. Тип развития рыночного параметра можно охарактеризовать как:

- а) равномерный;
- б) равноускоренный;
- в) равнозамедленный;
- г) с переменным ускорением.

1. Индекс сезонности характеризует:

- а) основную тенденцию развития рынка;
- б) цикличность рынка;
- в) колеблемость рынка;
- г) тип и масштаб рынка.

2. Какие из перечисленных предпринимательских рисков торговой деятельности относятся к разряду производственных:

- а) риск недополучения товаров;
- б) риск отказа покупателя от полученной продукции;
- в) опасность потерь в связи с ростом процентных ставок по кредитам;
- г) риск неуплаты долга по заемным средствам;
- д) риск снижения доходности ценных бумаг.

3. Какой метод количественного анализа коммерческих рынков предусматривает расчет критического объема продаж:

- а) статистический метод;
- б) метод аналогий;
- в) метод оценки финансовой устойчивости и платежеспособности;
- г) метод целесообразности затрат;
- д) метод экспертных оценок.

4. При благоприятной рыночной ситуации, но низком потенциале применяется стратегия маркетинга:

- а) атаки;
- б) режим экономии;
- в) диверсификации;
- г) отступления;

10. 10% лиц, запомнивших рекламу, стали потребителями рекламируемой продукции. Это показатель:

- а) внедрения рекламы;
- б) вовлечения в потребление;
- в) экономической эффективности рекламы;
- г) нормы полного проникновения.

ТЕМА 2. *Статистическое изучение цен и ценообразование в коммерции*

ВАРИАНТ 1

1. Какие из перечисленных видов цен выделяют в зависимости от формы продаж:

- а) демпинговые;
- б) паушальные;
- в) договорные;
- г) аукционные;
- д) свободные;
- е) сезонные.

2. Соотнесите показатели статистики цен с соответствующими им блоками:

- 1) показатели уровня и структуры цен;
- 2) показатели колеблемости и соотношения цен;
- 3) показатели динамики цен;

- а) среднее линейное отклонение цен;
- б) коэффициент сезонности цен;
- в) индивидуальный индекс цен;
- г) удельный вес торговой наценки в свободной розничной цене;
- д) индекс цен переменного состава.

3. При учете продаж в стоимостных единицах для расчета средней цены применяется формула средней:

- а) арифметической простой;
- б) арифметической взвешенной;
- в) гармонической взвешенной.

4. Коэффициент аппроксимации цен оценивает:

- а) сезонные колебания цен;
- б) случайные колебания цен;
- в) основную тенденцию.

5. Индивидуальный индекс цен равен 0,653. Это значит, что в отчетном периоде по сравнению с базисным цена на товар снизилась:

- а) на 65,3%;
- б) на 34,7%;
- в) на 6,53%;
- г) на 0,653%.

6. Объем продаж отчетного периода берется в качестве весов при расчете индекса:

- а) Ласпейреса;
- б) Пааше;
- в) Фишера;
- г) Лоу.

7. Для какой из перечисленных целей не используется индекс цен Ласпейреса:

- а) прогнозирование товарооборота и цен;
- б) определение суммы перерасхода (экономии) денежных средств населением в результате изменения уровня цен;
- в) анализ уровня инфляции.

8. При расчете сводного индекса потребительских цен по продовольственным товарам в регионе весами служит:

- а) удельный вес численности населения данного региона в общей численности населения РФ;
- б) доля расходов населения на приобретение товаров услуг в общих потребительских расходах населения в регионе;
- в) доля продаж продовольственных товаров в общем объеме продаж в регионе.

9. Индекс потребительских цен равен 1,2. Покупательная способность рубля:

- а) увеличилась;
- б) уменьшилась;
- в) не изменилась.

10. Уровень инфляции, равный 65%, характеризует:

- а) ползучую инфляцию;
- б) низкую инфляцию;
- в) галопирующую инфляцию;
- г) гиперинфляцию.

ВАРИАНТ 2

1. Соотнесите виды цен с классификационными признаками их выделения:

- 1) биржевые цены;
 - 2) оптовые цены;
 - 3) твердые цены;
 - 4) позиционные цены;
- а) по сфере обслуживаемого товарного оборота;
 - б) в зависимости от формы продаж;
 - в) по степени обособленности товарной единицы;
 - г) по степени устойчивости во времени.

2. На каком из перечисленных объектов не осуществляется государственное статистическое наблюдение цен:

- а) мелкооптово-розничные рынки;
- б) комиссионные магазины;
- в) места реализации товаров и услуг физическими лицами;
- г) предприятия, реализующие товары по льготным ценам.

3. При наличии информации о продаже товара в натуральном выражении для расчета средней цены применяется формула средней:

- а) арифметической простой;
- б) арифметической взвешенной;
- в) гармонической взвешенной.

4. Какие из перечисленных показателей характеризуют динамику цен:

- а) индекс сезонности цен;
- б) коэффициент вариации цен;
- в) удельный вес торговой наценки в свободной розничной цене;
- г) индекс цен постоянного состава;
- д) коэффициент аппроксимации;
- е) средний темп прироста цен.

5. Метод группировок применяется при анализе вариации цен:

- а) по регионам;
- б) во времени;
- в) по видам торговли;
- г) по социальным группам населения;
- д) внутри товарной группы.

5. Соотнесите формулы индексов цен с методикой их расчета:

1. Индекс Пааше

$$а) I_p = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

2. Индекс Ласпейреса

$$б) \sum_p = \frac{\sum p_1 \bar{q}}{\sum p_0 \bar{q}}$$

3. Индекс Фишера

$$в) I_p = \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}$$

4. Индекс Лоу

$$г) I_p = \sqrt{\frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0} \cdot \frac{\sum p_1 q_1}{\sum p_0 q_1}}$$

7. Индивидуальный индекс цен равен 1,028. Это значит, что в отчетном периоде по сравнению с базисным цена на товар увеличилась:

- а) на 2,8%;
- б) на 28%;
- в) на 10,28%;
- г) на 1,028%.

8. Эффект Гершенкрона заключается в:

- а) систематическом опережении значением индекса Ласпейреса значения индекса Пааше;
- б) равенстве значений индексов Ласпейреса и Пааше;
- в) нахождение среднего значения из индексов Ласпейреса и Пааше.

9. При расчете агрегатного индекса потребительских цен на отдельные товары в регионе весами является:

- а) доля продаж отдельных видов товаров в общем объеме продаж в данном регионе;
- б) удельный вес численности населения данного региона в общей численности населения РФ;
- в) доля расходов населения на приобретение данных видов товаров в общих потребительских расходах населения региона.

10. Индекс покупательной способности рубля составил 0,86. Цены на потребительские товары и услуги:

- а) снизились на 86%;
- б) снизились на 14%;
- в) увеличились на 16%;
- г) увеличились на 11,6%.
- д) не зависят от покупательной способности рубля

ТЕМА 3. *Статистика товародвижения и товарооборота*

ВАРИАНТ 1

1. Соотнесите свойства товара по группам:
 - 1) физические свойства;
 - 2) эстетические свойства;
 - 3) экономические свойства;
 - а) срок службы;
 - б) цвет;
 - в) цена;
 - г) затраты энергии при использовании;
 - д) стайлинг;
 - е) дизайн.

2. Длиной канала товародвижения называется число:
 - а) товарных посредников, участвующих в товародвижении;
 - б) этапов товародвижения.

3. Какие их перечисленных типов торговых посредников не входят в число уровней канала товародвижения:
 - а) дилеры;
 - б) маклеры;
 - в) брокеры;
 - г) джобберы;
 - д) комиссионеры.

4. При определении розничного товарооборота учитывается:
 - а) канал реализации;
 - б) конечный потребитель.

5. Сумма конечных продаж, в результате которых товар уходит за пределы сферы товарного обращения региона называется:
 - а) валовым товарооборотом;
 - б) чистым товарооборотом;
 - в) розничным товарооборотом;
 - г) оптовым товарооборотом.

6. Оценка равномерности поставки основывается на использовании показателей:

- а) вариации;
- б) тесноты связи;
- в) динамики.

7. Влияние каких из перечисленных факторов на выполнение договора поставки определяется с помощью индексного метода:

- а) объема поставки;
- б) цены товаров;
- в) сроков поставки;
- г) качества товаров;
- д) ассортимента товаров.

8. Мультипликативная факторная индексная модель товарооборота представляет собой:

- а) произведение индексов цен и объема продаж;
- б) сумму индексов цен и объема продаж;
- в) разность индексов цен и объема продаж.

9. Товарной номенклатурой называется совокупность:

- а) ассортиментных позиций, реализуемых через одну и ту же группу торговых предприятий;
- б) всех товарных групп, предлагаемых торговой фирмой;
- в) торговых единиц, объединенных по признаку потребительской или технологической общности.

10. Какие из перечисленных характеристик имеет ассортимент:

- а) глубину;
- б) высоту;
- в) широту;
- г) длину;
- д) насыщенность;
- е) гармоничность.

ВАРИАНТ 2

1. Из перечисленных укажите экономические свойства товара:

- а) срок службы;
- б) изящество;
- в) цена;
- г) затраты времени при использовании;
- д) дизайн;
- е) запах.

2. Канал товародвижения объединяет в единую договорную систему:

- а) производителей и торговых посредников;
- б) производителей и конечных потребителей;
- в) торговых посредников и конечных потребителей;
- г) производителей, торговых посредников и конечных потребителей.

3. Какие из перечисленных типов торговых посредников не влияют на звенность товародвижения:

- а) крупные оптовые фирмы;
- б) маклеры;
- в) дилеры;
- г) брокеры;
- д) джобберы.

4. Соотнесите виды продаж товаров с категориями товарооборота:

1) продажа товаров крупными партиями производителями и торговыми посредниками другим торговым посредникам и производственным и массовым потребителям;

2) продажа товаров населению через все каналы реализации;

3) продажа организациями и рынками оптовой торговли по всем каналам реализации;

4) продажа розничными торговыми организациями предприятиям мелкорозничной торговли и конечным потребителем;

- а) розничный товароборот;
- б) оптовый товароборот;
- в) товароборот розничной торговли;
- г) товароборот оптовой торговли.

5. Какие из пунктов можно отнести к понятию «розничный товароборот на душу населения»:

а) выражается и в стоимостных, и в натуральных единицах изменения;

б) является абсолютным показателем товарооборота;

- в) определяется только по всей совокупности товаров и услуг;
- г) рассчитывается в целом по стране и в разрезе регионов.

6. Поступление товаров равными партиями через равные промежутки времени называется:

- а) равномерностью поставки;
- б) ритмичностью поставки;
- в) частотой поставки.

7. Аддитивная индексная факторная модель товарооборота учитывает его изменение в:

- а) абсолютном выражении;
- б) относительном выражении;
- в) и в абсолютном, и в относительном выражении.

8. Какие из перечисленных индексных моделей товарооборота образуют систему:

- а) $I_q^I \times I_p^{I*}$;
- б) $I_q^I \times I_p^I$;
- в) $I_q^I \times I_p^I$;
- г) $I_q^I \times I_p^I$.

9. Ассортиментная позиция представляет собой совокупность:

- а) разновидностей товаров, отличающихся незначительными потребительскими свойствами;
- б) товарных единиц, сгруппированных по общности потребительских свойств;
- в) групп товаров, объединенных общностью продажи одним и тем же категориям потребителей.

10. Глубиной ассортимента называется:

- а) численность ассортиментных групп;
- б) число вариантов каждого товара в рамках ассортиментной группы;
- в) число товаров, представленное в товарной номенклатуре.

* П – индекс, рассчитанный по формуле Пааше

Л – индекс, рассчитанный по формуле Ласпейреса

ТЕМА 4. *Статистика товарных запасов и товарооборачиваемости*

ВАРИАНТ 1

1. Какой метод учета товарных запасов является наиболее трудоемким:

- а) инвентаризация;
- б) оперативный учет;
- в) балансовый метод.

2. Минимально допустимый объем товарных запасов характеризует:

- а) количество товарной массы, которая гарантирует бесперебойную работу в непредвиденных случаях;
- б) уровень товарных запасов, достижение которого свидетельствует о необходимости их пополнения;
- в) величину товарных запасов, обеспечивающую работу торгового предприятия в течении дня.

3. При расширении ассортимента товаров на торговом предприятии объем товарных запасов:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) не изменяется.

4. Какие виды средних величин применяют для расчета среднего товарного запаса:

- а) средняя арифметическая;
- б) средняя хронологическая;
- в) средняя квадратическая;
- г) средняя гармоническая.

5. Отношение суммы товарооборота к среднему товарному запасу называется:

- а) продолжительностью одного оборота запасов;
- б) числом оборотов запасов;
- в) временем обращения товаров.

6. Коэффициент товарооборачиваемости за месяц равен 5. Среднее число дней от момента поступления товара до момента его реализации составляло:

- а) 5 ;
- б) 6 ;
- в) 10 ;
- г) определить невозможно.

7. Какие из перечисленных показателей необходимы для расчета запасоёмкости:

- а) средний остаток товарных запасов;
- б) остаток товарных запасов на определенную дату;
- в) продолжительность анализируемого периода;
- г) число оборотов запасов.

8. Число дней, на которое хватит величины товарного запаса при неизменности скорости товарного обращения для обеспечения непрерывности процесса продажи товара, характеризуется показателями:

- а) товарооборотности;
- б) запасоёмкости;
- в) запасообеспеченности.

9. При каком методе определения оптимального размера товарных запасов учитываются частота и комплектность поставки:

- а) опытно-статистическом;
- б) экономико-математическом;
- в) технико-экономическом.

10. С помощью каких статистических методов может осуществляться оценка влияния факторов на изменение величины товарных запасов:

- а) индексный;
- б) корреляционно-регрессионный;
- в) выборочный;
- г) метод группировок;
- д) ряды динамики;
- е) средние величины.

ВАРИАНТ 2

1. Какой метод учета товарных запасов ведется путем подсчета товарных мест:

- а) инвентаризация;
- б) снятие остатков;
- в) балансовый метод.

2. Страховые товарные запасы представляют собой:

- а) уровень запасов, достижение которого свидетельствует о необходимости их пополнения;
- б) количество товаров для непрерывного снабжения населения в случае отклонение в периодичности поставок или задержек в пути при доставке от поставщиков;
- в) товарную массу, предназначенную для бесперебойной торговли в промежутки времени между очередными завозами партий товаров.

3. Из перечисленных укажите факторы, вызывающие увеличение товарных запасов:

- а) рост объем розничного товарооборота;
- б) усложнение ассортимента товаров;
- в) наличие в ассортименте продовольственных товаров;
- г) увеличение частоты поставок;
- д) сокращение складских помещений.

4. Какой вид средних величин является более точным при определении среднего товарного запаса:

- а) средняя арифметическая;
- б) средняя хронологическая.

5. Время обращения товаров характеризует:

- а) число дней от момента поступления товара до момента его реализации;
- б) число дней, на которое хватит величины товарного запаса для обеспечения непрерывности процесса продажи товаров;
- в) число дней, в течение которых величина товарного запаса оставалась неизменной.

6. Товарооборачиваемость может измеряться в:

- а) днях оборота;
- б) количестве оборотов;
- в) рублях.

7. При ускорении товарооборачиваемости оборотные средства:

- а) высвобождаются из оборота;
- б) вовлекаются в оборот;
- в) не изменяют своей величины.

8. Установите соответствие:

- 1) товарооборачиваемость;
- 2) запасоемкость;
- 3) запасообеспеченность.

а) величина товарных запасов на определенную дату объем товарооборота

б) величина товарных запасов на определенную дату однодневный товарооборот

в) объем товарооборота средняя величина товарных запасов

9. На основе каких показателей осуществляется определение оптимального размера товарных запасов по модели Уилсона:

- а) частота завоза товаров;
- б) страховой запас товаров;
- в) издержки по хранению и транспортировке товаров;
- г) размер товарооборота;
- д) количество разновидностей товаров в партии.

10. Индексный метод при анализе товарооборачиваемости может использоваться для:

- а) изучения ее динамики;
- б) сравнения ее изменения в пространстве;
- в) выявления факторов на ее изменение;
- г) расчета ее среднего уровня.

ТЕМА 5. Статистика рыночной инфраструктуры и социально-экономической эффективности рыночных процессов

ВАРИАНТ 1

1. Установите соответствие:
 - 1) торговая инфраструктура;
 - 2) материально-технический потенциал торговли;
 - 3) торговая сеть;
 - а) совокупность материальных элементов и научно-обоснованных методов их эффективного использования в целях обеспечения торговой деятельности;
 - б) совокупность вспомогательных подотраслей и средств, материально и организационно обеспечивающих торговую деятельность;
 - в) совокупность предприятий, осуществляющих торговую деятельность и находящихся под общим владением или контролем.

2. Какие показатели характеризуют размер торгового предприятия:
 - а) количество ассортиментных групп товаров в продаже;
 - б) площадь торгового помещения;
 - в) объем розничного товарооборота;
 - г) число торговых работников;
 - д) число покупателей, обслуживаемых за рабочий день.

3. Какой статистический метод используется для контроля за изменением численности предприятий торговли в регионе:
 - а) балансовый;
 - б) индексный;
 - в) выборочный;
 - г) группировок.

4. Показатель прогрессивности торговли рассчитывается для:
 - а) оценки эффективности различных организационных форм торговли;
 - б) определения уровня специализации торговых предприятий;
 - в) оптимального размещения предприятий торговли;
 - г) анализа обеспеченности покупателей предприятиями торговли.

5. Производительность труда в торговле определяется как отношение товарооборота к:

- а) численности работников;
- б) стоимости основных фондов;
- в) торговой площади.

6. Каким статистическим показателем оцениваются региональные различия обеспеченности населения торговыми предприятиями:

- а) коэффициентом плотности предприятий торговли;
- б) коэффициентом вариации плотности торговой сети;
- в) индексом плотности торговой сети.

7. Валовой доход торговли представляет собой разность между:

- а) валовым выпуском и промежуточным потреблением;
- б) валовой добавленной стоимостью и стоимостью потребления основного капитала;
- в) товарооборотом и стоимостью поставленных товаров;
- г) товарооборотом и издержками обращения.

8. Фондоотдача характеризует эффективность:

- а) затрат живого труда;
- б) затрат прошлого труда;
- в) капитальных вложений в рынок товаров;
- г) текущих затрат.

9. Какие из перечисленных затрат относятся к переменным издержкам обращения:

- а) расходы на транспортировку и хранение товаров;
- б) затраты на охрану труда и технику безопасности;
- в) выполнение погрузочно-разгрузочных работ;
- г) почтово-телеграфные расходы.

10. Для элиминирования влияния размерности товарооборота исчисляется:

- а) структура издержек обращения;
- б) относительный уровень издержек;
- в) средняя за период сумма издержек.

ВАРИАНТ 2

1. Совокупность вспомогательных подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих торговую деятельность называется:

- а) торговой инфраструктурой;
- б) торговой сетью;
- в) материально-техническим потенциалом торговли.

2. Установите соответствие:

- 1) размер предприятия;
- 2) мощность предприятия;
- 3) плотность предприятия;
- 4) специализация предприятия;

а) число жителей на одно торговое предприятие;
б) число покупателей на одно предприятие;
в) доля площади торгового зала в общей площади предприятия;
г) доля товаров определенной группы в общей сумме товарооборота предприятия.

3. Какие из перечисленных группировочных признаков предприятия торговли являются атрибутивными:

- а) способ обслуживания;
- б) объем розничного товарооборота;
- в) форма собственности;
- г) торговая площадь;
- д) специализация.

4. Какие из перечисленных показателей используются в качестве оценочного признака прогрессивности форм торговли:

- а) рентабельность;
- б) площадь торгового зала;
- в) фондоотдача;
- г) прибыль на 1 м² торговой площади;
- д) пропускная способность.

5. Отношение товарооборота к средней численности работников называется:

- а) фондоотдачей;
- б) производительностью труда;
- в) рентабельностью;
- г) товарооборачиваемостью.

6. Коэффициент вариации плотности торговой сети рассчитывается для характеристики:

- а) динамики плотности торговой сети;
- б) региональных различий обеспеченности населения торговыми предприятиями;
- в) степени влияния факторов на изменение плотности торговой сети;
- г) оптимального уровня обеспеченности населения предприятиями торговли.

7. Соотнесите статистические показатели социально-экономической эффективности с методикой их расчета:

- 1) валовой доход;
- 2) валовая добавленная стоимость;
- 3) прибыль;

- а) валовой выпуск – промежуточное потребление;
- б) товарооборот – издержки обращения;
- в) товарооборот – стоимость поставленных товаров.

8. Какими статистическими показателями характеризуется эффективность затрат живого труда в сфере товарного обращения:

- а) производительностью труда;
- б) фондовооруженностью труда;
- в) фондоотдачей;
- г) рентабельностью.

9. Издержки обращения – это сумма:

- а) торговой наценки и скидок, полученных при продаже товаров;
- б) затрат живого и овеществленного труда, связанных с осуществлением процесса товарного обращения и выраженных в денежной форме;
- в) проданных товаров, эквивалентная денежной выручке продавца и расходам покупателя на приобретение товаров.

10. Укажите из перечисленных постоянные издержки обращения:

- а) расходы на административно-управленческий персонал;
- б) канцелярские и информационные расходы;
- в) расходы на подсортировку товаров;
- г) выполнение погрузочно-разгрузочных работ;
- д) затраты на охрану труда и технику безопасности.

Список рекомендуемой литературы

1. Елисеева И.И. Общая теория статистики: Учебник / И.И. Елисеева, М.М.Юзбашев. - М.: Финансы и статистика, 2000 – 195с.
2. Ефимова М.Р., Ганченко О.И., Петрова Е.В. Практикум по общей теории статистики: Учеб. пособие. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 336 с.: ил.
3. Ефимова М.Р. Общая теория статистики: Учебник / М. Р. Ефимова, Е.В.Петров, В. Н. Румянцев. – 2-е изд. - М.: ИНФРА, 2000. – 416 с.
4. Кулагина Г.Д. Статистика товарного обращения. – М.: Финансы и статистика, 1989.
5. Курс социально-экономической статистики: Учебник для вузов/ Под ред. М. Г. Назарова. - М.: Финстатинформ, ЮНИТИ-ДАНА, 2000 – 771 с.
6. Пугачева А.А., Смирнов К.А. Статистика материально-технического снабжения и сбыта: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1994. – 354 с.
7. Салин В.Н. Социально-экономическая статистика: Учебник / В.Н. Салин, Е.П. Шпаковская. – М.: Юристъ, 2003 – 461 с.
8. Салин В.Н. Экономико-статистическое изучение потребления. – М.: Финансы и статистика, 1990.
9. Статистика коммерческой деятельности: Учебник/Под ред. И.К.Беляевского и О.Э.Башиной. – М.: Финстатинформ, 1996. – 435 с.
10. Статистика рынка товаров и услуг: Учебник. - 2-е изд. перераб. и доп./ И.К.Беляевский, Г.Д.Кулагина, Л.А.Данченко и др.; Под ред. И.К.Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 655 с.: ил.
11. Теория статистики: Учебник / Под ред. Р.А. Шмойловой , 4-е изд., доп. и пер.- М.: Финансы и статистика, 2003. – 576 с.
12. Общая теория статистики. Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности. Учебник для вузов. / Под ред. А.А. Спирина, О.Э.Башиной. - М.: Финансы и статистика, 1996. - 296 с.

13. Экономика и статистика фирм: Учебник / В.Е.Адамов, С.Д.Ильенкова, Т.П.Сиротина, С.А.Смирнов; Под ред. С.Д.Ильенковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 288 с.: ил.

14. Экономико-статистический анализ: Учебное пособие / Под ред. С.Д.Ильенковой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 215 с.

15. Экономическая статистика: Учебник / Под ред. Ю.Н. Иванова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 480 с.

16. Ярных Э.А. Статистика финансов предприятий торговли: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 272 с.: ил.

Технический редактор – О.А. Прохорович

Отпечатано в типографии ФГОУ ВПО МичГАУ
Подписано в печать 3.06.05. г. Формат 60x84 ¹/16,
Бумага офсетная № 1. Усл.печ.л. 1,6 Тираж 25 экз. Ризограф
Заказ №

Мичуринский государственный аграрный университет
393760, Тамбовская обл., г.Мичуринск, ул. Интернациональная, 101,
тел. +7 (07545) 5-26-35
E-mail: mgau@mich.ru

