**Fakültə:** İqtisadiyyat və idarəetmə

**Kafedra:** İqtisadiyyat

**İxtisas:** Mühasibat 2

**Fənnin adı:** “Qiymət və qiymətləndirmə”

**Fənn müəllimi :** Babayev Vüqar Arif oğlu

1. Bu qiymətlərdən hansı buraxılış qiyməti kimi başa düşülür
2. müəssisənin topdansatış qiyməti
3. sənayenin topdansatış qiyməti
4. pərakəndə satış qiyməti
5. preyskurant qiymətlər
6. son qiymətlər
7. Standart tikinti obyektinin son məhsul vahidinin orta smeta dəyəridir
8. preyskurant qiymətlər
9. sərbəst qiymətlər
10. müqavilə qiymətləri
11. smeta qiymətləri
12. son qiymətlər
13. "imicli" və eksklüziv mallara qiymətlərin formalaşması vaxtı effektdən aslıdır
	1. qiymət vasitəsilə malın keyfiyyətinin qiymətləri (qiymətləndirilmələri)
	2. malın bahalıqları
	3. unikallıqlar
	4. müqayisələrin çətinlikləri
	5. heç bir effekt yoxdur.
14. Nə qədər qiymətdə xərc artımı az olsa və müəyyən uduşlar çox olsa , o halda firma üçün daha əlverişli strategiyanı göstərin
	1. qiymət sıçrayışı
	2. pilləli mükafatlar
	3. neytral qiymətləndirmə
	4. mükafat qiymətləndirməsi
	5. ziyanlı qiymətləndirmə.
15. "Franko" sözündən sonra göstərilmiş bəndə qədər malın çatdırılması üzrə nəqliyyat xərclərinin kompensasiyalarını nəzərə alaraq müəyyən edilmiş malın qiyməti hansıdır:
	1. Frankonun qiyməti
	2. SİF qiyməti
	3. FOB qiyməti
	4. qiymət ÜZ
	5. sadəcə qiymət.
16. Gəlirliliyin ikielementli normativi təmin etmək cəhdinə görə qiymətlərin hesablaması üçün tətbiq edilir:
	1. investisiyaların alışı
	2. qiymətdə müəyyən gəlirin hesablamasının sadələşdirilməsi
	3. yüksək satış həcmi
	4. bu məhsulun istehsalının fondoemkostisinin daha (daha çox) dəqiq hesabı
	5. aşağı satış həcmi.
17. Ancaq əsas istehlak parametrlərinin səviyyələriylə seçilən eyni funksional təyinatının malları qrupu — bu nədir
	1. malların parametrik sırası
	2. malların çeşidi
	3. qarşılıqlı tamamlayıcı mallar
	4. malların xətti
	5. qarşılıqlı əvəzlənən mallar.
18. Göstərici kimi qiymətləndirmə məqsədilə xərclərə gəlirliliyin normativinin təyini üçün ən obyektiv göndərmə nöqtəsi çıxış edir:
	1. aktivlərin əsas gəlirlilikləri
	2. ümumi aktivlərin dövriyyələri
	3. satışların gəlirlilikləri
	4. kapitalın dəyərləri
	5. doğru cavab yoxdur.
19. Qiymətlərin artırılmasıyla mübarizənin üsulu kimi məsləhət görülən qiymətlər haqqında informasiyanın qablaşdırmasına çəkilmə xərci yararlı deyil:
	1. bahalı mallar üzrə
	2. birinci ehtiyacın malları üzrə
	3. yüksək inflyasiya vaxtı
	4. aşağı inflyasiya vaxtı
	5. heç bir qiymətə (mənaya) malik deyil.
20. Hansı effektə görə alıcılar üçün gözlənilməz bəzi mallara qiymətin azalması, uzunömürlü məhsulların satışlarının sıçrayışlar şəklində artmasına gətirib çıxarır:
	1. ehtiyatların yaradılmasının effekti
	2. son nəticənin əhəmiyyətinin effekti
	3. aniliyin effekti
	4. malın bahalığının effekti
	5. əvəzləmənin effekti.
21. Sualın məntiqsizliyi nədədir: "Hansı qiymətlər bizə arzu olunan satış həcmlərinə və bazarın payına nail olmağa icazə verəcək?"
	1. arzu olunan haqqında deyil, firma üçün iqtisadi optimal istehsalın həcmi haqqında danışmaq lazımdır
	2. yalnız arzu olunan satış həcmləri haqqında danışmamaq lazımdır və bazarın payları (hissələri), həm də o haqda, xərcin bu qiymətləri örtəcəkmi
	3. arzu olunanlar haqqında, amma maksimal satış həcmləri haqqında yalnız deyil danışmaq lazımdır
	4. arzu olunan həcm haqqında, amma satışların itkisizliyini təmin edən həcm haqqında danışmamaq lazımdır
	5. burada məntiqsizliklər yoxdur.
22. Əgər bir malın satışlarının artması başqanın satışlarının düşməsinə aparırsa, onda bu mallardır:
	1. qarşılıqlı əvəz olunanlar
	2. eksklüzivlər
	3. neytrallar
	4. qarşılıqlı tamamlayıcılar
	5. rəqabət aparanlar zəifdir.
23. Xüsusi mal qiymətlərinin və pul kütləsinin sürətli artımı müraciətində , pul vahidinin kəskin qiymətdən düşməsinə, ödəmə dövriyyəsinin nasazlığına və normal qənaətli əlaqələrin pozulmasına aparır – bu nədir:
	1. hiperinflyasiya
	2. deflyasiya
	3. inflyasiya
	4. dempinq
	5. doğru cavab yoxdur.
24. İqtisadi dəyərin hesablaması vaxtı nəzərə almaq lazımdır:
	1. xərclərə qənaət edilməsi, və ya maldan əlavə xeyir
	2. alıcı tərəfindən alınan yalnız əlavə xeyir
	3. yalnız alıcının xərclərinin qənaəti
	4. xərclərin qənaəti, və alıcının əlavə xeyiri
	5. yalnız qiymətlər.
25. Mallar qrupu, hansılar ki, öz aralarında sıx bağlıdır – istehlak prosesində, və ya qiymət səviyyələri üzrə , və ya alıcıların eyni qruplarının cəlb edilməsinin hesabına — bu hansıdır:
	1. malların xətti
	2. qarşılıqlı tamamlayıcı mallar
	3. parametrik bir sırası mallar
	4. eksklüziv mallar
	5. neytrallar.
26. Qeyd olunan mallardan hansısı satışların ziyanlı lideri kimi ən az yararlıdır:
	1. fransız konyakı
	2. bitki yağı
	3. ağ çörək
	4. un
	5. süd.
27. Niyə məşhur vəkillər bəzən öz xidmətlərinə tarifləri əhəmiyyətli dərəcədə artırırlar:
	1. öz xidmətlərinin eksklyuzivliyini alıcılarını cəlb etmək üçün
	2. öz xidmətlərinin unikallığının hissini yaratmaq üçün
	3. son nəticə vasitəsilə malın qiymətinin effektinə görə
	4. kapitaldan istifadənin gəlirliliyini yüksəltmək üçün
	5. rəqibi keçmək üçün.
28. Firma patentlərlə qorunmuş unikal resurslara və ya texnologiyalara malikdirsə onda o:
	1. müəyyən seqmentdə fokuslama haqqında düşünməyə bilər
	2. rəqabət mübarizəsi haqqında düşünməyə bilər
	3. bazarın müəyyən seqmentinə fokuslanmalıdır
	4. qiymət müharibəsi haqqında düşünməyə bilər
	5. açıq bazarda rəqabət apara bilər.
29. Malın alıcıya çatdırılmasına qədər bütün xərclər nəzərə alınmaqla qiymət hansıdır.
	1. SİF qiyməti
	2. "kross-over" qiyməti
	3. "spot" qiyməti
	4. qiymət KAF
	5. real qiymətlər.
30. Laqeydliyin qiymətinin təyini vaxtı nəyin təminata diqqət yetirmək lazımdır:
	1. onların keyfiyyət xarakteristikası nöqteyi-nəzərindən malların tutuşdurula bilmələri
	2. onların markalarının şöhrətinin dərəcəsi nöqteyi-nəzərindən alıcılara malların tutuşdurula bilmələri
	3. təbii ölçüdə malların tutuşdurula bilmələri
	4. müqayisə edilə bilən malların funksional müqayisə olunmasına
	5. istehlakçıların ehtiyaclarına malların tutuşdurula bilmələri
31. Alınmış partiyalardan ən erkən qiymətdə maddi resursların qiyməti (qiymətləndirilməsi) — bu metoddur:
	1. FİFO
	2. son xərclər
	3. LİFO
	4. NİFO
	5. orta xərclər.
32. Firmaların rəhbərlərinin fəaliyyətində "menecerlərin inqilabları" simptomu kimi XX əsr-da iqtisadi elmə qəbul edilmişdir?
	1. firma üçün başqalarının hədəfə seçilməsi, nəyin ki,gəlirin maksimallaşdırması
	2. bir alıcının xeyrinə olan qiymət qərarını qəbul etməmək
	3. ən yüksək menecerlərin maaşlarının kəskin artması
	4. menecerlərə bazar qiymətindən daha ucuz onların tərəfindən başçılıq edilən firmanın aksiyalarını almağa icazə verən opsionların sisteminin tətbiqi
	5. bütün cavablar doğrudur .
33. Xərclər, hansılar ki, firma onun tərəfindən istənilən seçilmiş ticarət siyasətinin variantı vaxtı həyata keçirəcək:
	1. qayıtmaz
	2. dəyişən
	3. marketinq
	4. sabit
	5. qayıdan.
34. Bazarın tutulmuş sektorunun artımı üçün qiymətdən istifadədən imtina (rədd), həm də onun buraxılmaması ki, qiymət hər hansı bir üsulla bu sektorun ixtisarına təsir etsin — bu strategiyadır:
	1. neytral qiymətləndirmə
	2. mükafat qiymətləndirməsi
	3. qiymət sıçrayışı
	4. qiymət çətirinin açmaları
	5. hücum qiymətləndirməsi.
35. Bədxərc qiymətləndirmənin ən yayılmış modeli %-də müəyyən edilən gəlirliliyin normativinin payından istifadəni güman edir:
	1. məhsulun vahidinin istehsalına orta ümumi xərclərə
	2. məhsul istehsalının müəyyən zəhmətinə
	3. satış həcmlərinə
	4. taxma xərclərin normativ ölçüsünə
	5. alınmaların həcmlərinə.
36. Qiymətləndirməyə bədxərc yanaşmanın məntiqi — bu:
	1. məhsul – texnologiya – xərclər – qiymət – dəyər – alıcı
	2. xərclər – texnologiya – məhsul – alıcı – dəyər – qiymət
	3. dəyər – alıcı – məhsul – texnologiya – xərclər – qiymət
	4. alıcı – dəyər – məhsul – texnologiya – xərclər – qiymət
	5. doğru cavab yoxdur.
37. Nə qədər yüksəkdir, qiymət olmalıdır, firmaya gəlirliliyin arzu olunan səviyyəsini təmin etmək üçün? Adətən belə sualla (məsələylə) qarşısına qoyurlar (lovğalanırlar):
	1. maliyyəçilər
	2. kvalimetristı
	3. layihəçilər
	4. marketoloqlar
	5. istehsalçılar.
38. Qiymətləndirmənin ehtiyacları üçün təhlil edilən xərclərin dairəsinin təyini vaxtı "tarixi (tarix)" xərclər (keçmişdə firma tərəfindən həyata keçirilmişlər):
	1. nəzərə alınmamalıdır
	2. yalnız istehsal güclərinin yaradılmasına xərclər hissəsində (sahəsində) nəzərə alınmalıdır
	3. yalnız istehsal güclərinin yaradılmasına xərclər hissəsində (sahəsində) nəzərə alınmamalıdır
	4. nəzərə alınmalıdır
	5. yalnız təhlil edilməlidir.
39. Nə aşağıda qeyd olunandan televizorla bağlı neytral maldır:
	1. motosikl
	2. kinoteatra bilet
	3. teatra bilet
	4. video maqnitafon
	5. antenna.
40. Gəlirliliyin normativlərinin köməyi ilə bədxərc qiymətləndirmə metodu üçün ən rahatdır:
	1. malları edən (istehsal edən) firmalar
	2. ticarət təşkilatları
	3. bazarın bütün iştirakçıları
	4. innovasiya mallarını istehsal edən firmalar
	5. geridə qalmış firmalar.
41. Hansı satış həcmi və ya bizim firmamız bazarının payı (hissəsi) ən gəlirli ola bilərlər:
	1. bəli, çünki firma həmişə ən gəlirli satış həcminə cəhd etməlidir və bazarın payları (hissələri)
	2. xeyr, çünki firma yalnız bazarın ən gəlirli payının (hissəsinin) tutmasına cəhd etməlidir
	3. xeyr, çünki firmalarda başqa maraqlar
	4. xeyr, çünki firma yalnız ən böyük gəlirli satış həcminə cəhd etməlidir
	5. xeyr, şərhsiz.
42. Əgər öz xüsusiyyətləri üzrə (görə) mal nə qədər daha (daha çox) unikaldır, o daha az alıcı onun qiymətinin səviyyəsinə həssasdır:
	1. bu istənilən mallar üçün ədalətlidir
	2. bu yalnız birinci ehtiyacın mallarına uyğun olaraq ədalətlidir
	3. bu yalnız sənaye mallarıyla bağlı ədalətlidir
	4. bu haqsızdır
	5. bu yalnız bahalı mallara uyğun olaraq ədalətlidir.
43. Müəsissənin öz məhsuluna son qiymət səviyyəsi üzərində nəzarətin itməsinin təhlükəsi vaxtı (yanında) yaranır:
	1. ayırılmış ticarət endirimlərindən və artırmalardan istifadə
	2. qiymətlərin dövlət tənzimləməsi
	3. topdansatış ticarətinə
	4. öz məhsulunun reallaşdırmasından firma-istehsalçının imtinası (rəddi) yalnız firma ticarət mərkəzlərinin şəbəkəsi vasitəsilə
	5. pərakəndə ticarətə.
44. Satışı idarə etmənin siyasəti çərçivəsində qiymətlərin qurulmasını ixtisaslaşdırmaq lazımdır- necə:
	1. aktiv qiymətləndirmə
	2. passiv qiymətləndirmə
	3. neytral qiymətləndirmə
	4. mükafat qiymətləndirməsi
	5. sadə qiymətləndirmə.
45. Müəssisənin hədəfi olurlar:
	1. maksimum gəlirlər
	2. satış həcmlərinin azalması
	3. firmanın məhsuluna qiymətlərin düşməsi
	4. firmanın dəyərinin minimallaşdırması
	5. qiymətlərin qalxması.
46. Qiymətlərin siyasəti — bu:
	1. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri
	2. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyəti metodlarının dəsti (yığımı)
	3. maksimallaşdırma gəldilər
	4. qiymətin hər variantının mümkün nəticələrinin analizi əsasında qiymətlərin qurulması
	5. doğru cavab yoxdur.
47. Müəssisədə maddi resursların qiyməti (qiymətləndirilməsi) qiymətdə, hansını ki, sabah bu gün xərclənmiş resursun ehtiyatının doldurulması üçün ödəmək lazım olacaq — bu metoddur:
	1. NİFO
	2. FİFO
	3. LİFO
	4. son xərclər
	5. orta xərclər.
48. A.ağıdakılardan hansı nisbi uduş xarakterizə edir:
	1. firmanın gəlirinin ölçüsünə satış həcmlərinin artmasının təsirinin dərəcəsi
	2. əməliyyatların gəlirliliyinin səviyyəsi
	3. satışların gəlirliliyinin səviyyəsi
	4. firmanın aktivlərinin gəlirliliyinin səviyyəsi
	5. bütün cavablar doğrudur (əsldir).
49. Qiymət qərarlarının (həllərinin) əsaslandırılması vaxtı ilk növbədə diqqətə almaq lazımdır:
	1. sonlar, malın vahidinin istehsalının xərcinin prirostnıesi + xərc firması üçün qarşısı alınanlar
	2. istehsal güclərinin yaradılmasına qayıtmaz xərclər
	3. malın vahidinin istehsalının orta xərcləri
	4. malın istehsalına daimi xərclərin cəmini (məbləğini)
	5. əhalinin həyat səviyyəsi.
50. İtkisizliyin və itkisizliyin qrafikinin qurulmasının şəraitinin (şərtlərinin) hesablaması — bu:
	1. qiymət qərarlarının (həllərinin) variantlarının analizinin aləti
	2. gələcək ticarət qərarlarının (həllərinin) proqnozlaşdırılmasının aparatı
	3. optimal gəlirliliyin nailiyyətinin üsulu
	4. idarəetmə aparatı xərclərlə
	5. effektivliyin ifadəsinin üsulu.
51. Dəyişməz bazar qiyməti vaxtı firmaya istehsalın həcmlərini yetişdirmək sərfəlidir, hələ ki:
	1. marjinal gəlir marjinal xərcləri ötəcək
	2. ümumi xərclər ən böyük ölçüdə böyüyür, nə qədər gəlirin cəmi
	3. ümumi xərclər daha kiçik ölçüdə böyüyür, nə qədər gəlirin cəmi
	4. marjinal xərclər marjinal gəliri ötəcəklər
	5. qiymətlər sabitdir.
52. Faiz ilə dövrün başlanğıcına onların nominalına ifadə edilmiş müəyyən dövrdə pulun (alıcılıq qabiliyyətinin azalmasının) qiymətdən düşməsinin ölçüsünü xarakterizə edən göstərici – bu:
	1. inflyasiyanın tempi
	2. inflyasiyanın mərhələsi
	3. inflyasiyanın indeksi
	4. inflyasiya səviyyəsi
	5. faiz inflyasiya.
53. Bu qrupun mallarının əksəriyyəti qiymətlərin iki növünün uyğunluğuna malikdirlər – birja qiymət təyin etmələri və məhsulun əsas eksportçularının qiymətləri:
	1. xammal malları (neft, qaz, kömür və s.)
	2. sənaye malları
	3. informasiya xidmətləri
	4. ərzaq malları
	5. bütün cavablar doğrudur (əsldir).
54. Bədxərc qiymətləndirmənin əsas çatışmazlığı ondan ibarətdir ki,:
	1. bazar iqtisadiyyatında özü müəyyən xərclərin ölçüsü qiymətdən asılıdır
	2. bu qiymətləndirmənin ən mürəkkəb metodudur
	3. xərclər mühasibatın sənədləriylə təsdiq edilmişdir
	4. bu qiymətləndirmənin ən köhnə metodudur
	5. qiymətləndirmənin ən uzun müddətli metodu.
55. Qiymətləndirməyə qiymətli yanaşma vaxtı qiyməti qurmaq hüququ (haqqı) aid olmalıdır:
	1. bütün bölmələr tərəfindən həll edilməlidir
	2. texnologiya bölməsinə
	3. marketinq şöbəsinə
	4. satış bölməsinə
	5. kadr şöbəsinə.
56. Mülayim qiymətlər üzrə işləyərək, auditor firması itkisizliyə güclə nail olurdu. Öz xidmətlərinə və nominirovaniya-da qiymətlərin kəskin artmasından sonra onlar dollarlarda, firma daha çox sifariş gözə çarpır aldı və yüksək gəlirli oldu. Bu ticarət manevri effektdən istifadədə yaradılmışdır:
	1. qiymət vasitəsilə keyfiyyətin qiymətləri (qiymətləndirilmələri)
	2. malların bahalıqları
	3. unikallıqlar
	4. müqayisənin çətinlikləri
	5. qiymətləndirmələr.
57. Tarifin ayırması (dərəcələrə ayırması) əlamətlərindən hansısı məişət xidmətlərinə tariflər üçün tətbiq edilmir:
	1. sifarişçinin materialından istifadə
	2. işlərin keyfiyyəti və xidmətin mədəniyyətinin səviyyəsi
	3. əhalinin mövsümi tələbatının dəyişikliyi
	4. sifarişin icrasının (ifasının) təcililiyi
	5. bütün cavablar doğrudur (əsldir).
58. Reklam şüarı "uşaqlıqdan tanış Dad (Zövq)!" effektdə tikilmişdir:
	1. müqayisələrin çətinlikləri
	2. ehtiyatların yaradılmaları
	3. unikallıqlar
	4. son nəticənin əhəmiyyətləri
	5. rəqabətlər.
59. Əgər "ümumi gəlir" göstəricisi "reallaşdırılmış məhsulun dəyəri" göstəricisinə bölsək, onda biz bu göstəricini alacağıq:
	1. kapitalın gəlirlilikləri
	2. satışların gəlirlilikləri
	3. investisiyaların alışı
	4. aktivlərin dövriyyələri
	5. bütün cavablar doğrudur .
60. Xərclərin qiyməti (qiymətləndirilməsi), maliyyə hədəflərinin dəqiqləşdirilməsi, potensial alıcıların təyini, marketinq strategiyasının dəqiqləşdirilməsi, potensial rəqiblərin təyini — bu:
	1. qiymət strategiyasının işləmə prosesinin birinci mərhələsinin elementləri
	2. qiymət siyasəti
	3. qiymət strategiyasının strateji analizinin elementləri
	4. qiymət strategiyasının işləmə prosesinin ikinci mərhələsi
	5. qiymətləndirmə metodu.
61. Düzgünmü ki, qiymətləndirmə vaxtı yalnız xərcləri nəzərə almaq lazımdır, hansılar ki, hələ həyata keçirilməmişdilər, və ya hansılar ki, itkisiz ləğv edilmiş ola bilərlər:
	1. düzgün bütün mallar üçün
	2. düz, ancaq yeni məhsulun istehsalı üçün
	3. düz, ancaq ərzaq mallarının istehsalı üçün
	4. düz, ancaq sənaye məhsulunun istehsalı üçün
	5. doğru deyil.
62. Qiymətləndirməyə vasitəli müdaxilə dövlətin iştirakıyla təmin olunur, imkan yaradan:
	1. bazarda mal təklifinin genişlənilməsinə, əhalinin gəlirləri idarə etməsinə, vergilərin nizama salmasına
	2. məhsulun və ya rəqiblərin aradan qaldırmasına satışının artımına
	3. qiymətləndirmənin müəyyən qaydalarının qurulmasına
	4. strukturun səviyyələrinin və qiymətlərin hərəkətinin formalaşmasına
	5. doğru cavab yoxdur.
63. Alıcı üçün malın dəyəri növbəti təşkil edənlərə dağılır:
	1. alıcının uduşu + firmanın gəliri + firmanın xərcləri
	2. alıcının uduşu + firmanın xərcləri
	3. firmanın gəliri + firmanın xərcləri + alıcının xərcləri
	4. firmanın gəliri — firmanın xərcləridir + alıcının xərcləri
	5. alıcının uduşu - firmanın gəliridir.
64. Nədən bədxərc qiymətləndirmənin əsas çatışmazlığı ibarətdir:
	1. o keçmişdə mövcud olmuş xərclər əsasında gələcəyə qiymətlərin qurulmasını güman edir
	2. dönən xərcləri nəzərə alır
	3. o xərclərin hesabının təşkilatının yüksək səviyyəsini çox tələb edir
	4. o satış həcmindən xərclərin səviyyəsinin asılılığına məhəl qoymur
	5. çatışmazlıq yoxdur.
65. Tələbatın tənliyində dəyişənlər vaxtı əmsallar — bu:
	1. belə tənliyə daxil edilmiş amillər üzrə tələbatın elastikliyinin əmsalları
	2. "cərimə" əmsalları
	3. bu dəyişəndən asılı olaraq tələbatın dəyişikliyinin nisbi indeksləri
	4. tələbatın formalaşması üçün bu dəyişənlərin əhəmiyyətinin dərəcə göstəriciləri
	5. tarazlığın əmsalları.
66. Əgər firmanın daxili dairəvi məktubunda ən əhəmiyyətli parametrlər sərt verilmişdirsə: endirimlərə hüquqla (haqla) alıcıların dairəsi müəyyən edilmişdir, endirimlərin alınması şərtləri müəyyən edilmişdir və s. — o bu siyasətdir:
	1. bərkidilmiş qiymətlər
	2. "bütün cəbhə xətti üzrə qiymət döyüşü"
	3. qiymət diskriminasiyasına
	4. nüfuzlu qiymətləndirmə
	5. qeyri-qiymət.
67. Bədxərc qiymətləndirmənin əsas üstünlüyü ondan ibarətdir ki,:
	1. bu qiymətləndirmənin ən sadə metodudur
	2. xərclər mühasibatın sənədləriylə təsdiq edilmişdir
	3. bu qiymətləndirmənin məlum (məşhur) metodlarından ən köhnə
	4. bu qiymətləndirmənin ən etibarlı metodudur
	5. bu qiymətləndirmənin ən mürəkkəb metodudur.
68. Qiymətə artırma, hansını ki, alıcı ödəməyə hazırdır ona görə ki, firmanın malları yaxşı reputasiyanı fəth etdi (qazandı) — bu:
	1. mükafat firma-istehsalçıya
	2. mükafat yalnız bu firmanın malını satmış ticarət təşkilatları
	3. mükafat məlum (məşhur) firmanın malının alması üçün alıcıya
	4. mükafat alıcıya və firma-istehsalçıya
	5. mükafat bütün əlaqədar şəxslərə (üzlərə).
69. Nə vaxt ki, qiymət "tavanı" aşağı tarazlıq qiyməti qurulur (müəyyən edilirlər),o zaman yaranır:
	1. defisit
	2. təklifin artığı
	3. təklifin dəyişikliyi
	4. dempinq
	5. deflyasiya.
70. Bazarın şəraitini obyektiv əks etdirən dünya qiymətləri:
	1. faktiki sazişlərin qiymətləri
	2. təkliflərin qiymətləri
	3. preyskurantların qiymətləri
	4. kataloqların qiymətləri
	5. prospektlərin qiymətləri.
71. Gömrük dəyərinin təyininin əsas metodunu göstərin:
	1. idxal edilən mallarla sazişin dəyəri üzrə (görə)
	2. eyni mallarla sazişin dəyəri üzrə (görə)
	3. həmcins mallarla sazişin dəyəri üzrə (görə)
	4. toplama metodu
	5. çıxma metodu.
72. Arağa qiymətlərin alt hüdudu:
	1. qurulmuşdur (təyin edilmişdir)
	2. qurulmamışdır (təyin edilməmişdir)
	3. arağın müəyyən qalası vaxtı (yanında) qurulmuşdur (təyin edilmişdir)
	4. müəyyən şərtlərdə reallaşdırmalar qurulmuşdur (təyin edilmişdir)
	5. tənzim edilmir.
73. Dəyişənlərə aparılmış xərclər bu:
	1. xammalın və materialların dəyəri
	2. sex xərcləri
	3. avadanlığın amortizasiyası
	4. ticarət xərcləri
	5. doğru cavab yoxdur.
74. Ticarət artırması qurulur (müəyyən edilir), bir qayda olaraq, faiz ilə:
	1. azad (boş) məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
	2. azad (boş) məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz və aksizsiz)
	3. azad (boş) məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə)
	4. topdan satış təşkilatının (ƏDV-lə) qiymətinə
	5. sadəcə azad (boş) qiymətə.
75. "skonto" qiymətindən endirim bu endirimdir (əlaqə üzrə vaxtından əvvəl ödəniş üçün endirim):
	1. ödəmə
	2. poslesezonnaya
	3. erkən
	4. topdan satış
	5. diskont.
76. Buraxılan məhsulun həcmiylə bağlı xərclər:
	1. daimilər və dəyişənlər
	2. düzlər
	3. vasitəlilər
	4. reallar
	5. bütün cavablar doğrudur (əsldir).
77. ƏDV-in idxal malına pərakəndə qiymətin təyini vaxtı faiz ilə hesablaşır:
	1. pərakəndə ticarətin təşkili tərəfindən malın reallaşdırmasının qiymətinə
	2. gömrük dəyərinə
	3. müqavilə qiymətinə
	4. ticarət artırmasına
	5. topdan satış qiymətinə.
78. Bazarın şəraitini ən obyektiv əks etdirən dünya qiymətləri:
	1. faktiki sazişlərin qiymətləri
	2. preyskurantların qiymətləri, kataloqlar, prospektlər
	3. təkliflərin qiymətləri
	4. hesab qiymətləri
	5. xarici ticarət qiymətlər.
79. Bazarın payının (hissəsinin) göstəriciləri üzrə (görə) liderliyin fəthi (qazancı) vaxtı (yanında) firma xərclərə yönəlir:
	1. dəyişənlər
	2. sabitlər
	3. ticarətlər
	4. əsaslar
	5. hamı (hər şey).
80. Tam (dolu) maya dəyəri xərclərin ölçüsünə daha çox istehsal:
	1. ticarətlər
	2. sexlər
	3. nəqliyyatlar
	4. düzlər
	5. mallar.
81. Hədəf – sağ qalma dərəcəsinin təminatıdır – şərti ilə firmalar tərəfindən qoyulur ki, (səhv variantı seçin):
	1. alıcıların ehtiyacları dəyişmir
	2. artıq istehsal gücləri var
	3. rəqabət əhəmiyyətlidir
	4. alıcıların ehtiyacları əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir
	5. elastik tələbatın malı.
82. İstehsal maya dəyəri xərclərə sexdən miqdarca fərqlənir:
	1. ümumiqtisadilər
	2. saxlama (məzmun) və avadanlığın istismarı üzrə (görə)
	3. ticarətlər
	4. dəyişənlər
	5. düzlər
83. Daxili bazarın qiymətlərinin növləri hərəkətin (təsirin) ərazisindən asılı olaraq AR olur:
	1. yerlilər
	2. nizama salınanlar
	3. ticarətlər
	4. mövsümilər
	5. sürüşənlər
84. Dünya mal bazarının real bazar qiymətlərinə uyğundurlar:
85. faktiki sazişlərin qiymətləri
86. soraq qiymətləri
87. hesab qiymətləri
88. kataloqların qiymətləri
89. prospektlərin qiymətləri.
90. Ticarət artımı faiz ilə bir qayda olaraq qurulur :
	1. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
	2. maya dəyərlərinə
	3. alınma qiymətinə
	4. müraciət xərclərinə
	5. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə).
91. Qiymətlərin "qaymaqların çıxartmaları" strategiyası şərti o vaxt istifadə olunandır ki, (səhv variantı seçin):
	1. yüksək qiymət yeni rəqibləri cəlb edir
	2. yeni mal
	3. alıcılar daha yüksək qiymət üzrə yeni malı əldə etməyə hazırdır
	4. prinsipial olaraq yeni mal
	5. yüksək qiymət yeni rəqibləri cəlb etmir.
92. Malın istehsalçısı tərəfindən alıcının tapılması üçün komisyonçuya ödənmiş komisyon mükafatı hansı xərclərə daxildir:
	1. ticarət xərcləri
	2. xammalın və materialların dəyəri
	3. sex xərcləri
	4. ümumiqtisadi xərclər
	5. işçilərin əmək haqqını.
93. Qiymətləndirməyə bədxərc yanaşma nəzərə alır:
	1. istehsala və reallaşdırmaya xərclər
	2. tələbat, onun qiymət elastikliyini
	3. xərclər yalnız istehsala
	4. dəyişən və daimi xərclər
	5. bütün variantlar yaxınlaşır.
94. Gəlirliliyin normativindən istifadəylə bədxərc qiymətləndirmə metodu üçün ən münasib olan:
	1. malların firma-istehsalçıları
	2. topdansatış ticarətinin təşkilləri
	3. innovasiya məhsulunun firma-istehsalçıları
	4. pərakəndə ticarətin təşkilləri
	5. doğru cavab yoxdur.
95. Sağ qalma dərəcəsinin təminatı üzrə qiymətləndirmənin hədəfi firmalar tərəfindən qoyulur, əgər (səhv variantı seçin):
96. rəqabət əhəmiyyətsizdir
97. rəqabət əhəmiyyətlidir
98. alıcıların ehtiyacları əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir
99. istehsal gücləri artıqdır
100. bütün variantlar doğrudur (əsldir).
101. Malların ən sürətli ödənişi üçün alıcıya verilən qiymətdən endirimlər:
	1. "skonto"
	2. bonuslar
	3. diskontlar
	4. dilerlər
	5. topdan satışlar.
102. Firma bölmələrinin arasında malın ötürülməsi qiymətlər üzrə həyata keçirilir:
	1. transfert
	2. sürüşənlərə
	3. elastik
	4. topdan satış
	5. alma.
103. Ticarət artırması qurulur , bir qayda olaraq, faiz ilə:
	1. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
	2. malın (ƏDV-lə) əldə edilməsinin qiymətinə
	3. malın (ƏDV-siz) əldə edilməsinin qiymətinə
	4. kənd təsərrüfatı məhsullarının (ƏDV-lə) alınma qiymətinə
	5. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə).
104. "qiymət xətləri" çərçivəsində qiymətlərin yaranması vaxtı nəzərə alınırlar (səhv variantı seçin):
	1. alıcıların yaş tərkibi
	2. istehsala xərclərdə fərqlər
	3. rəqiblərin qiymətləri
	4. malların keyfiyyəti
	5. tələbatın qiymət elastikliyi.
105. Eksportçuda ticarət firması tərəfindən alınan idxal malının pərakəndə qiyməti özünə daxil edir :
	1. müqavilə qiymətini
	2. gömrük rüsumunu
	3. ticarət artırmasını
	4. gömrük rəsmiləşdirməsi üçün yığımlar
	5. Azad müraciətə malın buraxılışı vaxtı ödənən ƏDV.
106. Gömrük dəyərinin təyininin əsas metodu:
	1. idxal edilən mallarla sazişin dəyəri üzrə metod
	2. toplama metodu
	3. həmcins mallarla sazişin dəyəri üzrə
	4. çıxma metodu
	5. ehtiyat metod.
107. Sex maya dəyəri xərclərinə daxil edilmişlər (səhv variantı seçin) :
	1. ümumiqtisadi xərclər
	2. saxlama və avadanlığın istismarı üzrə xərclər
	3. sex xərcləri
	4. xammal və materiallar
	5. istehsal işçilərinin əmək haqqı.
	6. bütün variantlar doğrudur (əsldir).
108. AT qiymətlərin tənzimlənməsinin inzibati metodları:
	1. bərkidilmiş qiymətlərin qurulması
	2. qiymətlərin dəyişikliyinin son əmsalının qurulması
	3. gəlirliliyin son səviyyəsinin qurulması
	4. qiymətlərin rəsmən elan edilməsi
	5. icazə qiymətlərinin qurulması.
109. İnflyasiya səviyyəsi üzrə təyin edilir:
	1. VVP indeks-deflyatoruna
	2. istehlak qiymətlərin göstəricisinə
	3. istehsalçıların qiymət indeksinə
	4. ərzaq mallarının qiymət indeksinə
	5. rəqiblərin qiymət indeksinə.
110. İqtisadi sanksiyaların tətbiqiylə qiymətlərə nəzarət yayılır:
	1. bütün təsərrüfatçılıq edən subyektlər
	2. dövlət müəssisələri
	3. müəssisələr – inhisarçılar
	4. yayılmır
	5. istehsalçılar.
111. Məhsulun hansı tipləri üçün qiymət strategiyasından istifadə "qaymaqların yığılması" mümkündür?
	1. dəbdə olan tikiş məmulatları üçün
	2. xammal malları üçün
	3. taxıl mədəniyyətləri üçün
	4. bütün mallar üçün
	5. gündəlik mallar üçün.
112. Hansı şərait vaxtı qiymət diskriminasiyasından istifadə mümkündür?
	1. istehlakçıların gəlirlərində əhəmiyyətli fərq vaxtı
	2. məhsulun obnovlyaemostisi yüksək dərəcəsi vaxtı
	3. şərti ilə ki, alıcılar qarşılıqlı əlaqəlidir
	4. şərti ilə ki, alıcılar qarşılıqlı əlaqəli deyillər
	5. doğru cavab yoxdur.
113. Orta qiymətlərin strategiyası şəklində təqdim edilmiş ola bilər:
	1. neytral qiymətləndirmənin strategiyaları
	2. bazarda nüfuzetmənin strategiyaları
	3. lider üçün izləmənin strategiyaları
	4. hücum strategiyası
	5. "qaymaqların yığılması" strategiyası.
114. İnhisarçı maksimum gəlir əldə etmək üçün istehsalın elə həcmini seçməlidir, hansı ki,
115. son gəlir son xərclərə bərabərdir
116. son xərclər məhsulun qiymətinə bərabərdir
117. son xərclər ümumi xərclərə bərabərdir
118. orta xərclər məhsulun qiymətinə bərabərdir
119. son gəlir aşağı son xərclərdir.
120. Naməlum xərclər - bu:
	1. sahibkara aid olan resursların dəyəri sahibkara istedadına qaytarma kimi normal gəlir daxil olmaqla
	2. istehsalın həcminin dəyişikliyi vaxtı dəyişən xərclər
	3. mühasibat xərcləri
	4. xərclər, istehsalın həcminin dəyişikliyi vaxtı dəyişməyənlər
	5. hansı ki, xərclər görülməmişdir.
121. Neçə pərakəndə qiyməti formalaşdırılır?
	1. xərclər, vergi, gəlir
	2. maya dəyəri, satış və ticarət artırılmış məbləğləri
	3. topdan satış qiyməti, vergilər
	4. xərclər
	5. vergilər.
122. Əgər satıcı çoxlu sayda eyni mallarla ticarət edən rəqiblərlə rəqabət aparırsa, - bu:
	1. təmiz rəqabət
	2. təmiz inhisarçılıq
	3. inhisarçı rəqabət
	4. oliqopolistik rəqabət
	5. oliqopoliya.
123. Əgər qiymətlər artırsa və başqa şərtlər dəyişməzdirsə, təklif qanunda müşahidə olunur:
	1. təklifin həcminin artması
	2. təklifin həcminin düşməsi
	3. təklifin artması
	4. təklifin azalması
	5. görünmür.
124. Mallar və xidmətlər bazarı tarazlıq vəziyyətindədir, əgər
	1. təklifin həcmi tələbatın həcminə bərabərdir
	2. tələbat təklifə bərabərdir
	3. qiymət üstünlük gəlir xərclərə bərabərdir
	4. texnologiya səviyyəsi tədricən dəyişir
	5. aşağı qiymətlər.
125. Malın qiymətinin düşən vaxtı və tələbin ölçüsü tələbin xətt funksiyası vaxtı artır:
	1. ümumi gəlir nöqtəyə qədər böyüyür, hansında ki, elastiklik 1 bərabərdir, sonra gəlir azalır
	2. gəlir üzrə tələbatın elastikliyi azalır
	3. elastikliyin əmsalı dəyişmir
	4. tələbatın qanun pozulması olur
	5. heç bir pozma olmur.
126. Əgər bazar qiyməti aşağı tarazdırsa, onda
	1. malların defisiti yaranır
	2. malların artıqları meydana çıxır
	3. alıcı bazarı formalaşdırılır
	4. resursların qiyməti düşür
	5. malların profisiti yaranır.
127. Nizama salmanın dərəcəsi üzrə seçirlər :
	1. azad qiymətlər
	2. birja qiymət təyin etmələri
	3. sürüşən qiymətlər
	4. qiymət indeksləri
	5. bütün variantlar doğrudur.
128. Benzinin 1 l-nin qiymətin artımı nələr doğuracaq :
	1. ictimai nəqliyyata tələbatın artması
	2. benzinə tələbatın artımı
	3. maşın yağında tələbatın artımı
	4. turizm putyovkalarına tələbatın azaldılması
	5. köçmələrə tələbatın azaldılması.
129. Maksimal aşağı qiymət malın həyat dövrəsi mərhələsi üçün tipikdir:
	1. tənəzzül
	2. bazara çıxartmalar
	3. artmalar
	4. yetkinliklər
	5. doğru cavab yoxdur.
130. Tələbatın qiyməti — bu…
	1. maksimal qiymətdir, hansını ki, alıcılar bu mal üçün ödəməyə hazırdır
	2. qiymətdir, hansı ki, saziş olur
	3. minimal qiymətdir, hansını ki, alıcılar bu mal üçün ödəməyə razıdır
	4. topdan satış qiymətidir
	5. pərakəndə qiymətidir.
131. Dəyər nəzəriyyəsi nöqteyi-nəzərindən malın qiymətinin ən düzgün təyinini seçin:
	1. malın dəyərinin pul ifadəsi
	2. pul məbləği, alınmışlar və ya ödənmişləri malın vahidi üçün
	3. malın faydalılığının pul ifadəsi
	4. xeyirin və ya resursun qiyməti, hansılardan ki, imtina etmək lazımdır, başqa xeyiri və ya resursu əldə etmək üçün (almaq üçün)
	5. pul miqdarı, hansılar ki, istehlakçı ödəməyə bacarıqlıdır.
132. "tavan" qiyməti effektivdir:
	1. istehsalçının dövlət dəstəyi vaxtı
	2. istehsalın aşağı xərcləri vaxtı (yanında)
	3. məhsula yüksək qiymətlər vaxtı (yanında)
	4. yüksək qiymətlər vaxtı (yanında)
	5. effektivliklər yoxdur.
133. Qiymət, hansı ki, tələbin həcmi təklifin həcminə bərabərdir, nə cür adlanır:
	1. tarazlıq qiyməti
	2. tələbatın qiyməti
	3. təklifin qiyməti
	4. marjinal qiymət
	5. topdan satış qiyməti.
134. Qiymətlərə tələbatın həssaslığının dərəcəsinin öyrənilmələri qiymətləndirmənin prosesinin növbəti hansı mərhələsini tələb edir:
	1. tələbatın təyini
	2. xərclərin analizi
	3. qiymətləndirmə metodunun seçimi
	4. hədəfin seçimi
	5. təklifin təyini.
135. Məhsulun gəlirliliyi münasibət (əlaqə) kimi nə ilə hesablaşır:
	1. istehsaldan və reallaşdırılmış məhsulun tam maya dəyərinə məhsulun reallaşdırmasından gəlirlər
	2. reallaşdırılmış məhsulun tam maya dəyərinə balans gəlirinə
	3. istehsaldan və istehsala ümumi xərclərə məhsulun reallaşdırmasından gəldilər
	4. reallaşdırılmış məhsulun həcminə balans gəlirinə
	5. zərərlərə gəlirlər.
136. Qiymətin funksiyalarına aid deyil:
	1. nəzarət
	2. qeydiyyat
	3. bölüşdürücü
	4. stimullaşdıran
	5. doğru cavab yoxdur.
137. Qiymət- vahid sistemə bu amilləri birləşdirir:
	1. qiymətləndirmənin vahid metodologiyası
	2. müəssisələrin maliyyə-kredit xidməti
	3. vahid informasiya bazası
	4. vahid məhsul
	5. vahid dünya bazarı.
138. "Təklifin qiyməti" - bu…
	1. minimal qiymətdir, hansı ki, istehsalçı malın bu miqdarını təklif etməyə hazırdır
	2. orta qiymətdir, hansı ki, istehsalçı malın bu miqdarını təklif etməyə hazırdır
	3. maksimal qiymətdir, hansı ki, alıcı bu malı əldə etməyə (almağa) hazırdır
	4. məhsulun maksimal qiymətidir
	5. malın dəyişilməz qiyməti il ərzində.
139. Qiymətləndirmənin bal metodu yönəlir:
	1. keyfiyyət və məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə
	2. xərclərnə
	3. tələbata
	4. rəqabətin səviyyəsinə
	5. hamısına.
140. Keyfiyyətin hesabı üçün kənd təsərrüfatı məhsuluna alınma qiymətlərində metod istifadə olunur:
	1. baza kondisiyalarının vahidinə qiymətlərin qurulması
	2. materialların xərcindən asılı olaraq artırmaların və endirimlərin artımı
	3. istehsalın xərclərinə əsaslananlar
	4. normativ-parametriklər
	5. düzgün variant yoxdur.
141. Dövlət, qiymət formalaşdıran amillərə təsir edərək istifadə edir:
	1. vasitəli qiymətlərin tənzimlənməsi
	2. düz qiymətlərin tənzimlənməsi
	3. qiymətlərin dəhlizi
	4. tavan və aşağı qiymətlər
	5. qiymətlərin tavanı.
142. Sənayenin məhsuluna və kənd təsərrüfatında qiymətlərin disparitetini ifadə edir:
	1. Kənd təsərrüfatı məhsullarıda alınma qiymətlərində məhsula sərf edilən sənaye məhsuluna qiymətlərin artım sürətlərinin dəyişikliyi.
	2. B) k/t məhsulu istehsalına əlavə xərclərin artması
	3. K/t məhsulunda alınma qiymətlərinin indeksi
	4. Kəndı təsərrüfatına çatdırılan sənaye məhsuluna qiymət indeksi
	5. onların arasında qiymətlərin tarazlığı.
143. Qiymətləndirmənin xarici amillərinə aiddirlər:
	1. istehsalın qiymətlərinin inhisarlaşma səviyyəsi
	2. məhsulun servis xidməti
	3. reklam şirkətinin təşkilatı
	4. müxtəlif alıcılara oriyentasiya
	5. inhisarçılara oriyentasiya.
144. Düz dövlət tənzimləməsi metodlarına aparırlar:
	1. bərkidilmiş və son qiymətlərin qurulması
	2. vergi qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi
	3. büdcə defisitinin ixtisarı
	4. antiinhisar qanunlarının qəbulu
	5. doğru cavab yoxdur.
145. Məzuniyyət qiymətinin tərkibinə müəssisə-istehsalçı tərəfindən daxil edilən (qoşulan), istehsalla və məhsulun reallaşdırmasıyla bağlı plan xərclərini təşkil edən element:
	1. plan maya dəyəri
	2. düz vergilər
	3. istehsal maya dəyəri
	4. faktiki maya dəyəri
	5. vasitəli vergilər.
146. Qiymətləndirmənin daxili amillərinə aid etmək olar: (səhv variantı seçin)
	1. mövcudluq və rəqabətin səviyyəsi
	2. xarici iqtisadi dövlət siyasəti
	3. növ və istehsalat üsulu
	4. istehsalın inhisarlaşma səviyyəsi
	5. doğru bütün variantlar.
147. Qiymətləndirmənin normativ-parametrik metodu adlandırırlar (səhv variantı seçin):
	1. aqreqat
	2. struktur analogiya
	3. bədxərc
	4. bal
	5. düzgün variant yoxdur.
148. "Qiymətləndirməyə qiymətli yanaşma”siyasəti, bu:
	1. alıcı – dəyər – qiymət – xərclər – texnologiya – məhsul
	2. dəyərə – alıcı – məhsul – texnologiya – xərclər – qiymət
	3. qiymət – xərclər – texnologiya – məhsul – dəyər
	4. mal – texnologiya – xərclər – dəyər – alıcı
	5. mal – qiymət – alıcı.
149. "Qiymət sıçrayışı" strategiyası müvəffəqiyyətlidir, nə vaxt ki:
	1. firmanın rəqibləri qiymətləri azalda bilmirlər
	2. firma unikal malı təklif edir
	3. firma çox gözəl reputasiyaya malikdir
	4. firmanın rəqibləri qiymətləri azaldacaqlar
	5. firmalar öz qiymətlərini diktə edir.
150. "Qiymət sıçrayışı" strategiyası üçün rasionaldır:
	1. ucuz mallar
	2. nüfuzlu mallar
	3. bahalı mallar
	4. birdəfəlik alınmaların malları
	5. gündəlik mallar.
151. "Satışların ziyanlı lideri" kimi malın seçimi effektivdir, nə vaxt ki,:
	1. malın qiyməti alıcılara yaxşı məlumdur
	2. satışların gəlirliliyi yüksəkdir
	3. alıcı qiymət səviyyəsinə reaksiya vermir
	4. mala əhalidə tələbat olmur
	5. alıcı qiymət səviyyəsinə reaksiya verir.
152. Qiymətlərin qurulması vaxtı maya dəyəri müəyyən edirlər:
	1. sənaye müəssisələri
	2. topdan satış təşkilatları
	3. komissiyaları müqavilə bağlayan vasitəçilər
	4. pərakəndə ticarətin təşkilatçıları
	5. istehlakçılar.
153. İstehsalçı şirkətin satılmayan malları ticarətə reallaşdıran qiyməti:
	1. məzuniyyət
	2. topdan satış
	3. aliş
	4. pərakəndə
	5. bütün cavablar doğrudur
154. "Satışların ziyanlı lideri" olurlar:
	1. kartof
	2. konyak
	3. heyvan yağı
	4. şokolad
	5. doğru cavab yoxdur.
155. Gömrük dəyərinin təyini metodu kimi birinci istifadə edilən:
	1. idxal edilən mallarla sazişin dəyəri üzrə
	2. həmcins mallarla sazişin dəyəri üzrə
	3. dəyər üzrə eyni mallarla saziş
	4. ehtiyat
	5. toplamalar.
156. Hazır məhsulun anbarında edilmiş qablaşdırmaya xərclər daxil edilmişdir (qoşulmuşdur):
	1. ticarət xərcləri
	2. sex xərcləri
	3. ümumiqtisadi xərclər
	4. düz xərclər
	5. vasitəli xərclər.
157. Ticarət artımının struktur elementləri:
	1. gəlir
	2. vahid sosial vergi
	3. nəqliyyat xərcləri
	4. komisyon mükafatı
	5. ƏDV.
158. Topdan satış artırması müəyyən edilir, bir qayda olaraq, faiz ilə:
	1. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
	2. pərakəndə qiymətə
	3. maya dəyərləri
	4. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə)
	5. alınma qiymətinə (ƏDV-siz).
159. Qiymətləndirmənin psixoloji aspektləri:
	1. bütövlənməmiş qiymətlərin qurulması
	2. nüfuzlu mallara yüksək qiymətlərin qurulması
	3. qiymət diskriminasiyası
	4. mallara qiymətlərin düşməsi, tələbat olmayanda
	5. doğru cavab yoxdur.
160. Qiymətləndirmənin ən çox bazar amilləri (səhv variantı seçin):
	1. müraciət xərcləri
	2. istehsal xərcləri
	3. malın keyfiyyəti
	4. tələbat
	5. rəqabət.
161. Qiymət strategiyasının ikinci mərhələsinin hazırlaması vaxtı lazımdır:
	1. seqment bazarını və rəqabəti təhlil etmək
	2. potensial rəqibləri müəyyən etmək
	3. seqment bazarını təhlil etmək
	4. maliyyə hədəflərini dəqiqləşdirmək
	5. marketinq strategiyasını dəqiqləşdirmək.
162. Bazar qiymətləndirməsinin metodları:
	1. "xərclərin üstünlüyü"
	2. sağ qalma dərəcəsinin təminatı
	3. satış həcminin maksimal artımı
	4. gəlirlərin maksimallaşdırması
	5. gəlirlərin minimallaşdırması
163. "Ziyanlı qiymət lideri" kimi mal istifadə olunur:
	1. böyük ticarət təşkilatlarında
	2. sənayedə
	3. topdansatış ticarətində
	4. kiçik ticarət təşkilatlarında
	5. vasitəçilik təşkilatlarında.
164. Hansı vergilər bir qayda olaraq, qiymətin struktur elementləri hesab edilir:
	1. ƏDV
	2. nəqliyyat vergisi
	3. torpaq vergisi
	4. aksiyalar
	5. düzgün variant yoxdur.
165. "Qiymət diskriminasiyası"hansı şərtlə tətbiq edilir:
	1. eyni mallar olduqda
	2. müxtəlif mallar olduqda
	3. qeyri-mükəmməl mal bazarında
	4. tələbatın elastikliyi qiymətdə müxtəlif olanda
	5. bazarda satıcının mövqeyi güclü olanda
166. Yerli istehsalçıların ticarətə sənaye mallarının reallaşdırdığı qiymət:
	1. azad məzuniyyət
	2. transfer
	3. azad topdan satış
	4. alma
	5. pərakəndə.
167. Yerli malın azad pərakəndə qiymətinə daxil edilmişdir (səhv variantı seçin):
	1. müraciət xərcləri
	2. maya dəyəri
	3. ticarət artırması
	4. istehsalçının gəliri
	5. ƏDV.
168. Pərakəndə ticarətin təşkilatı tərəfindən alınan idxal malına hesab qiyməti daxil edilir :
	1. gömrük rəsmiləşdirməsi üçün yığımlar
	2. başqa xərclər
	3. Gömrük rəsmiləşdirməsi vaxtı ödənmiş ƏDV
	4. ticarət artırması
	5. vergilər.
169. Dünya əmtəə bazarının real bazar qiymətlərinə aid edilir:
	1. ticarət qiymətləri
	2. prospekt qiymətləri
	3. soraq qiymətləri
	4. hərrac qiymətləri
	5. topdan satış qiymətləri.
170. "qiymət sıçrayışı" strategiyası üçün ən effektivdir:
	1. elastik tələbat malları
	2. bahalı və nüfuzlu mallar
	3. ucuz mallar
	4. nüfuzlu mallar
	5. əvəzedici mallar
171. İdxal malının qiymətinə daxil edilmişdir :
	1. gömrük rəsmiləşdirməsi üçün gömrük dəyəri və yığımlar
	2. müqavilə qiyməti
	3. ixrac edilən malın maya dəyəri
	4. Gömrük rəsmiləşdirməsi vaxtı alınan ƏDV
	5. düzgün variant yoxdur.
172. Ticarət artırmı müəyyən edilir, bir qayda olaraq, faiz ilə:
	1. malın əldə edilməsinin qiymətinə (ƏDV-siz)
	2. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
	3. transfert qiymətinə
	4. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə)
	5. pərakəndə qiymətə.
173. Yüksək qiymət strategiyası effektivdir, nə vaxt ki,:
	1. yüksək qiymət yeni rəqibləri cəlb etmir
	2. yüksək qiymət yeni rəqibləri cəlb edir
	3. alıcıların nisbi əksəriyyəti qiymət həssaslığına reaksiya vermirlər
	4. alıcıların əksəriyyəti qiyməti qəbul edirlər
	5. bazarda aşağı qiymətlər mövcuddur
174. Yüksək qiymət strategiyası şərti ilə istifadə olunandır:
	1. yeni və ya prinsipial olaraq yeni mal
	2. yalnız prinsipial olaraq yeni mal
	3. yüksək qiymət yeni rəqibləri cəlb edir
	4. malın həyat dövrəsi əhəmiyyətlidir
	5. mənəvi yorğun mal.
175. Əgər bir malın satışı başqasının satışının artmasına imkan yaradırsa, onda bu mallar:
	1. qarşılıqlı əlavə olunanlar
	2. neytrallar
	3. qarşılıqlı dəyişdirilən
	4. gündəlik tələbat
	5. bahalılar
176. İstehsal maya dəyərinə daxil edilən xərclər (səhv variantı seçin) :
	1. ticarət
	2. sex
	3. ümumiqtisadi
	4. avadanlığın saxlaması üzrə xərclər
	5. avadanlığın istismarı xərcləri.
177. Azad pərakəndə qiymət yerli istehsalçının daha çox azad məzuniyyət qiyməti ola bilər:
	1. ticarət artırması
	2. müraciət xərcləri
	3. aksiz
	4. nəqliyyat xərcləri
	5. topdan satış artırması
178. Pərakəndə ticarətlə alınan idxal malının pərakəndə qiymətinin struktur elementləri olurlar (səhv variantı seçin):
	1. müqavilə qiyməti
	2. gömrük dəyəri
	3. gömrük üçün bir yığım rəsmiləşdirmə (tərtibat)
	4. ticarət artırması
	5. gömrük rüsumu.
179. Dünya mal bazarının qiymətlərində ən obyektiv nəzərə alınan bazar amilləri:
	1. faktiki sazişlərin qiymətləri
	2. hesab qiymətləri
	3. preyskurantların qiymətləri
	4. təkliflərin qiymətləri
	5. bütün variantlar doğrudur
180. İqtisadi dəyərlə müqayisədə qiymətin azaldılması bu strategiyadır:
	1. qiymət sıçrayışı
	2. neytral qiymətləndirmə
	3. mükafat qiymətləndirməsi
	4. səhv
	5. səhvsiz.
181. "lider üçün izləmələr" metodu əsasında qiymətin təyini vaxtı nəzərdə tutulmuşdur:
	1. rəqiblərin qiymətləri
	2. şəxsi xərclər və malın keyfiyyəti
	3. alıcıların tələbatı
	4. şəxsi xərclər
	5. keyfiyyət və rəqiblərin qiymətləri.
182. Malın qiymətindən diskont endirimi – bu:
	1. daimi alıcılar üçün endirim
	2. qeyri-mövsüm üçün endirim
	3. mövsümi endirim
	4. malın ödənişinin sürətlənməsi üçün endirim
183. Firmanın qiymət siyasətinin hədəfləri(səhv variantı seçin) :
	1. müəyyən vaxt ərzində gəlirlərin maksimallaşdırılması
	2. satış həcmlərinin maksimallaşdırması
	3. sağqalma dərəcəsinin təminatı
	4. satışın maksimallaşdırma gəlirliliyi
	5. doğru cavab yoxdur.
184. Yerli sənaye malının istehsalçısı onu topdansatış ticarətinin təşkilinə görə reallaşdırır:
185. buraxılış qiymətlərə
186. pərakəndə qiymətlərə
187. alınma qiymətlərinə
188. transfer qiymətlərinə
189. topdan satış qiymətlərinə.
190. Çoxçeşidli məhsulun istehsalında sex xərclərinin maya dəyərinə daxil edilməsi müəyyən edilir:
	1. işçilərinin əsas maaşında proporsialarla
	2. birbaşa
	3. işçilərinin əsas və əlavə əmək haqqının ümumi məbləğinə proporsialarla
	4. mütənasib ticarət xərclərinə
	5. dolayı yolla
191. Sair xərclərə məhsulun böyük çeşidinin firma tərəfindən buraxılışı vaxtı aiddirlər (səhv variantı seçin):
	1. işçilərinin əsas maaşı
	2. ümumiqtisadi xərclər
	3. sex xərcləri
	4. ticarət xərcləri
	5. bütün variantlar doğrudur
192. İdxal malının pərakəndə qiymətinə daxil edilmişdir :
	1. gömrük dəyəri
	2. eksportçunun gəliri
	3. ixrac məhsulunun maya dəyəri
	4. müqavilə qiyməti
	5. bütün yuxarıda göstərilən.
193. Pərakəndə qiymət endirimində alıcı tərəfindən əldə edilən malın miqdarı nəzərə alınmır:
	1. mövsümilər
	2. dilerlər
	3. bonuslar
	4. "skonto"
	5. qeyri-mövsümlər.
194. Məhsulun qiymətinin düşməsinin səbəbi:
	1. istehsal resurslarında qiymətlərin düşməsi
	2. şəxsi sahibkarlığa vergilərin artması
	3. istehlak gəlirlərinin artması
	4. qarşılıqlı tamamlayıcı əmtəənin qiymətinin düşməsi
	5. düzgün variant yoxdur. qiymətlər üzərində
195. Inhisarçı rəqabət şərtləri altında firmanin qərarlarının qəbul edilməsində nə ən mühüm rol ounayır:
	1. istehlakçı davranışı
	2. reklam və ticari marka
	3. istehsal xərclərinin səviyyəsi
	4. qiymətlərin dövlət tənzimləməsinin və antimonopolistik siyasətin mexanizmləri
	5. təklif edilən malların həcmi.
196. Şirkət dəyəri strukturunda sabit xərclər üstünlük təşkil edirsə, onda:
	1. belə şirkət dövriyyə üçün həssasdır və ümumi gəliri artırmaq üçün qiyməti lazımı qaydada bilərəkdən azaldır
	2. B ) bələ şirkət " qiymətə həssas"-dır və ümumi gəliri artırmaq üçün, qiyməti lazımı qaydada bilərəkdən azldır
	3. bələ şirkət "xərclərə həssas "-dır və ümumi gəliri artırmaq üçün qiyməti lazımı qaydada azaltmaq istəyir
	4. bələ şirkət " dövriyyəyə həssas "-dır və ümumi gəliri artırmaq üçün qiyməti lazımı qaydada azaltmağa çalışır
	5. E ) firma daha az rəqabətlidir .
197. Firmalarda "Qiymətlərə həssaslıq" (mənfəətin qiymətə görə asılılığı ). :
	1. nə gədər yüksəkdirsə, o gədər də dəyişən xərclərin payı yüksəkdir
	2. nə gədər yüksəkdirsə, o gədər də sabit xərclərin payı yüksəkdir
	3. nə gədər yüksəkdirsə, o gədər də sabit xərclərin payı aşağıdır
	4. nə gədər yüksəkdirsə, o gədər də sabit xərclərin payı aşağıdır
	5. düzgün cavab yoxdur.
198. Daha çox "qiymətlərə həssas" şirkətlər onlardır, hansılar ki, məşğul olullar:
	1. Ekskursiyaların təşkili ilə
	2. pərakəndə satışla
	3. filmlərin icarəyə verilməsi ilə
	4. topdansatışla
	5. qeyri-kommersiya fəaliyyəti ilə
199. Güclü bazar hansıdır:
	1. tələbatı artan bazar
	2. istehlak bazarı
	3. C ) tələbi düşən bazar
	4. bazaar- hansındaki, bir çox şirkət oligopolistləti var
	5. mükəmməl rəqabət bazarı.
200. Zəif bazar şəraitində bu sərfəlidir :
	1. qiymətləri endirmək, yüksək qiymətləri qorumaq
	2. qiymətləri artırmaq, aşağı qiymətləri qorumaq
	3. qiymətləri azaltmaq, aşağı qiymətlərli qorumaq
	4. qiymət artırmaq, yüksək qiymətləri qorumaq
	5. heç nəyi dəyişməmək
201. Əgər şirkətin məhsulunun keyfiyyəti, rəqib şirkətin məhsulunun kəyfiyyətindən aşağı olarsa, onda o nə etməyə məcbur olacaq ?
	1. qiyməti rəqibin qiymətinə bənzər edəcək ;
	2. qiyməti daha da artıracaq, rəqib məhsullarına nisbətən öz məhsullunun mövgəyini bərkidəcək
	3. malların satış artımını təmin etmək üçün qiyməti dahada aşağı edəcək
	4. A və B doğru
	5. dərhal bazardan çıxmaq .
202. Məhsulun mövqeləşdirilməsi- bu:
	1. məhsulun rəqabətli bazarda mövqeyini təmin etmək və marketinq kompleksinin inkişafı
	2. istehlakçıların, onların ehtiyacları və istehlakçı davranışı xüsusiyyətləri əsasında
	3. bölünmə prosesi
	4. bir və ya daha çox bazar seqmentlərinin qiymətləndirməsi və seçimi, öz məhsulları ilə onlara daxil olmaq üçün
	5. şirkətin fəaliyyətinə yeni və ya təkmilləşdirilmiş istehlak xüsusiyyətləri ilə məhsullar yaratmaqla satışı artırmaq
	6. Məhsulun sabit reklamı .
203. Güclü inkişaf etmiş bazarda yüksək seqmentasiya dərəcəsi ilə ən çox məhsulun yeridilməsi üçün qiymət:
	1. sürüşən qiymət
	2. nüfuz qiyməti
	3. aşağı qiymət
	4. yüksək qiymət
	5. sərt qiymət.
204. Sürüşmə qiyməti haqda aşağıdakı dinamika xarakterlidir
	1. bazar şəraitindən asılı olaraq qiymətin daimi dəyişikliyi
	2. həyat dövrü mərhələsindən asılı olaraq, malların qiymət dəyişikliyi
	3. azalma ardıcıllığıynan tətbiq etmənin yüksək qiyməti
	4. artma ardıcıllığıynan tətbiq etmənin aşağı qiyməti
	5. qiymətin sabitliyi.
205. Kiçik firma, hansı ki, bazarda güclü mövqeyə malikdir və qiymət müharibəsindən qaçmağa çalışır. O daha çox hansı səviyyədə öz məhsuluna qiymət təyin edir:
	1. yüksək bazar
	2. aşağı bazar
	3. orta bazar qiymətinin səviyyəsində
	4. ən aşaği səviyyədə
	5. liderin qiymətinin səviyyəsində.
206. Xərclər əsasında qiymətləndirmə metodlarına daxildir:
	1. qaymaqların çıxartması metodu üzrə
	2. "orta xərclər üstəgələk gəlir" metodu üzrə qiymətin hesablanması
	3. tətbiq etmənin qiymətinin təyinatı metodu üzrə
	4. orta bazar qiymətinin səviyyəsində
	5. düzgün variant yoxdur.
207. Aşağıda sadalanmış mağazalardan ən yüksək qiyməti‚ ən doğru olaraq necə müəyyən edilir:
	1. “mağaza-anbarda”
	2. kitab mağazasında
	3. supermarketdə
	4. Universal ərzaq mağazasında
	5. ərzaq mağazasında
208. Qiymətləndirmənin ədalətsiz metoduna bütün aşağıda qeyd olunanlar aiddir‚ birindən başqa:
	1. Qiymət diskriminasiyası
	2. məhdudlaşdırıcı sazişlərin baglanması
	3. yüksək ticarət qaydalarının yaradılması
	4. özü qiymətqoyma
	5. variantların hamısı doğrudur .
209. Firma, hansı ki, öz satış filial şəbəkəsini müxtəlif şəhər və rayonlarda yaradır, bunlardan hansı səviyyədə istifadə edir:
	1. bir səviyyəli kanal
	2. iki səviyyəli kanal
	3. çoxsəviyyəli kanal
	4. sıfır səviyyəli kanal
	5. dəyişməz tək kanal.
210. İnsanların bir şeyə görə ödəmək qabiliyyəti və arzusu – bu:
	1. tələbat
	2. ehtiyac
	3. ehtiyac
	4. arzu
	5. dəyər.
211. Əgər malın istənilən miqdarı eyni qiymət üzrə satılırsa, onda bu mala tələbat olur:
	1. tamamilə elastik
	2. tamamilə qeyri-elastik
	3. elastik
	4. tək elastikliyin tələbatı
	5. qeyri-elastik.
212. Firmanın daimi xərcləri – bu:
	1. Məsrəflərdir, hansılar ki, firma heç nə istehasal belə etməsə də çəkir
	2. onların əldə etmə vaxtı, resursların qiymətlərinə görə çəkilən xərclər
	3. istehsalın ən əlverişli şərtləri vaxtı məhsulun istənilən həcminin istehsalının minimal xərcləri
	4. işcilərin əmək haqqına ayrılmış məsrəflərdir
	5. xammala və materiallara çəkilən xərclər.
213. Qiymət, hansı ki, bazarda əsas rəqib tərəfindən təklif edilən qiymətə uyğun olaraq müəyyən edilir - sahənin adətən aparıcı firması tərəfindən - bu:
	1. liderin qiymətidir
	2. " psixoloji" qiymətdir
	3. istehsalın xərclərinin kompensasiyasıyla qiymətidir
	4. nüfuzlu qiymətdir
	5. pərakəndə qiymətdir
214. Minimal qiymət( hansını ki, siz qura bilərsiniz) dəyişən xərclərdən …… olmalıdır:
	1. daha az
	2. daha çox
	3. bazarın tipindən asılı olaraq
	4. baza qiymətinin təyini metodundan asılı olaraq
	5. doğru cavab yoxdur.
215. Qəbul edilmiş qiymət strategiyası çərçivəsində mal və xidmətlərin qiymətlərinin formalaşması metodları – bu:
	1. qiymətləndirmə metodları;
	2. qiymətləndirmənin hədəflərinin qoyulması;
	3. tam xərclər metodu;
	4. gəlirlilik metodu;
	5. düz xərclər metodu.
216. Maliyyə resurslarının pullusunu nəzərə alan tək metod – bu:
	1. investisiyaların gəlirliliyi metodu
	2. struktur analogiya metodu
	3. düz xərclər metodu
	4. tam xərclər metodu
	5. aqreqat metod
217. Bazarın rəqabət strukturu hansıdır?, Bu bazarda çoxlu xırda, müstəqil istehsalçılar standart məhsulu təklif edirlər və bir çox alıcı tərəfindən bu məhsullar alınırlar.
	1. mükəmməl rəqabətdir
	2. oliqopolistik rəqabətdir
	3. inhisarçı rəqabətidir
	4. mükəmməl rəqabət bazarı əlamətləri
	5. qeyri-mükəmməl rəqabətdir
218. Tədbirlərin məcmusu, iştirak prosesində hökumət tərəfindən qəbul olunan mal-pul münasibətlər sistemində və müxtəlif sferalarında qiymətlərin tənzimlənməsinin həyata keçirilməsinə yönəldilmiş və onların kontroludur – bu:
	1. bazarın və qiymətlərin dövlət tənzimləməsidir
	2. qiymətin nizama salınmasının hədəfləridir
	3. qiymətlərin dövlət tənzimləməsinin dərəcəsidir
	4. qiymətlərin planlaşdırılmasıdir
	5. qiymətləndirmənin nizama salınmasıdır.
219. Lap əvvəlində bazarın öyrənilməsi zamanı yüksək qiymətlərə malın satışı və sonra dolğunluğa uyğun olaraq onun qiymətlərinin ardıcılıqla düşməsi – bu:
	1. yüksək qiymətlərin strategiyası
	2. aşağı qiymətlərin strategiyası
	3. orta qiymətlərin strategiyası
	4. diferensial qiymətlərin strategiyası
	5. güzəştli qiymətlərin strategiyası
220. Qiymətləndirmə gəlirin dəyişməz həcminin alınmasının uzunmüddətli perspektivinə yönəldilmişdir – bu:
	1. orta qiymətlərin strategiyası
	2. sabit qiymətlərin strategiyası
	3. aşağı qiymətlərin strategiyası
	4. vahid qiymətlərin strategiyası
	5. elastik qiymətlərin strategiyası.
221. Qiymət sistemi – bu:
	1. qiymətlərin müxtəlif növlərinin vahid, qaydaya salınmış məcmusu, xidmət edənlər və nizama salanları bazarın iştirakçılarının iqtisadi münasibətlərini;
	2. malın dəyərinin pul ifadəsi;
	3. formalaşmanın qarşılıqlı əlaqəli proseslərinin məcmusu və qiymətlərin bir çox iqtisadi və başqa amillərin təsiri altında dəyişməsi
	4. milli təsərrüfatın bütovlükdə və hər müəssisə ilə ayrılıqda idarə etmədə rolu ;
	5. qiymət hansıki pulun miqdarını göstərir, ödənən və alınan malın vahidinə görə
222. formalaşmanın qarşılıqlı əlaqəli proseslərinin məcmusu və qiymətlərin bir çox iqtisadi və başqa amillərin təsiri altında dəyişməsi, müxtəlif istehsalçılar, istehlakçılar, vasitəçilər və təsərrüfatçılıq edən subyektlərin iştirakıyla keçən – bu:
	1. qiymətləndirmənin mexanizmi
	2. qiymətləndirmə sistemi
	3. bazar mexanizmi
	4. dövlət tənzimləməsinin mexanizmi
	5. bazar qiymətləndirməsi.
223. Milli təsərrüfatın bütovlükdə və hər müəssisə ilə ayrılıqda idarə etmədə rol – bu:
	1. qiymətin funksiyaları
	2. qeydiyyat funksiyası
	3. ölçü funksiyası
	4. sosial funksiya
	5. tənzimləyən funksiya
224. Qiymət hansıki pulun miqdarını göstərir, ödənən və alınan malın vahidinə görə – bu:
	1. ölçü funksiyası
	2. tənzimləyən funksiya
	3. qeydiyyat funksiyası
	4. bölüşdürücü funksiya
	5. sosial funksiya.
225. Tədbirlərin məcmusu, iştirak prosesində hökumət tərəfindən qəbul olunan mal-pul münasibətlər sistemində və müxtəlif sferalarında qiymətlərin tənzimlənməsinin həyata keçirilməsinə yönəldilmiş və onların kontrolu – bu:
	1. bazarın və qiymətlərin dövlət tənzimləməsi;
	2. tənzimləmə funksiya;
	3. qiymətli tənzimləmənin hədəfləri;
	4. dövlət tənzimləməsinin dərəcəsi
	5. qiymətlərin planlaşdırılması.
226. Qurmanın proseslərinə və qanunvericilərin, inzibatilərin qəbulu və sabitləşmə və iqtisadiyyatın inkişafının stimullaşdırılması məqsədi ilə başqa ölçülər yolu ilə dövlət orqanları tərəfindən qiymətlərin tətbiqlərinə təsir – bu:
	1. qiymətləndirmənin tənzimləməsi;
	2. qiymətlərin dövlət tənzimləməsi;
	3. tənzimləmənin hədəfləri;
	4. dövlət tənzimləməsinin dərəcəsi;
	5. tənzimləməfunksiyaları.
227. Ona uyğun olan mal bazarında malın müraciətinin (rəftarının) ümumi şəraitinə həlledici təsiri göstərmək, və başqa təsərrüfatçılıq edən subyektlərin bu bazardan aradan qaldırmaq (uzaqlaşdırmaq) və bu bazara girişi başqa təsərrüfatçılıq edən subyektlərə çətinləşdirmək imkanını verən müəyyən mal bazarında təsərrüfatçılıq edən subyektin və ya bir neçə təsərrüfatçılıq edən subyektlərin vəziyyəti – bu:
	1. üstün vəziyyət
	2. inhisarçı fəaliyyət
	3. təkbaşına yüksək qiymət
	4. təkbaşına aşağı qiymət
	5. təkbaşına orta qiymət
228. Qiymətlərin dondurulması – bu:
	1. qiymətlərin dəyişikliyinə müvəqqəti və ya qismi qadağa;
	2. hakimiyyət orqanları tərəfindən qəbul edilən qərar;
	3. müəyyən vaxt müddətində qiymətlərin dəyişməsi;
	4. məhsulun qiymətləri, hansı ki vasitəsi ilə, faktiki rentabillik müəyyən edilmiş səviyyəni ötür;
	5. əhalinin gəlirlərinin idarə edilməsi.
229. Tarixən yaranmış əsaslarla müəyyən torpaq sahəsinə fiziki və ya hüquqi şəxsin hüququnun (haqqının) tanınması – bu:
	1. mülkədarlıq (torpaq sahibliyi)
	2. torpaqdan istifadə
	3. torpağın icarəsi
	4. renta
	5. torpaq vergisi
230. Adətlə və ya qanunla qurulmuş qaydada torpaqdan istifadə – bu:
	1. torpaq istifadəsi
	2. mülkədarlıq (torpaq sahibliyi)
	3. renta
	4. icarə haqqı
	5. icarədar.
231. Kapitaldan, əmlakdan və ya torpaqdan daim alınan gəlir, sahibkar fəaliyyətini tələb etməyən – bu:
	1. renta
	2. torpağın icarəsi
	3. mülkədar
	4. torpaq istifadəsi
	5. icarədar
232. Daha yüksək səmərəliyə malik olan resursların istifadəsi nəticəsində alınmış gəlir, həmin resursların yerləşdiməsinin və məhsuldarlığının qiymətləndirilməsi vəziyyəti– bu:
	1. diferensial rentadır
	2. rentadır
	3. torpağın icarəsidir
	4. icarədardır
	5. torpaq vergisidır
233. Liderin qiyməti – bu:
	1. qiymət, hansı ki, bazarda əsas rəqib tərəfindən təklif edilən qiymətə uyğun olaraq qurulur - adətən sahənin aparıcı firması tərəfindən;
	2. adətlə və ya qanunla müəyyən edilmiş qaydada torpağın istifadəsi;
	3. malın və ya xidmətin vahidi üçün ödənilən və ya alınan pul miqdarını göstərən qiymət;
	4. milli təsərrüfatın bütovlükdə və hər müəssisə ilə ayrılıqda idarə etmədə rolu ;
	5. qiymətin müəyyən edilməsinin məxaric yanaşma məntiqi
234. Malların parametrik sırası – bu:
	1. eyni funksional təyinatlı mallar qrupu, hansı kı yalnız əsas istehlak parametrlərinin səviyyələriylə fərqlənirlər;
	2. adətlə və ya qanunla müəyyən edilmiş qaydada torpaqdan istifadə;
	3. malın və ya xidmətin vahidi üçün ödənilən və ya alınan pul miqdarını göstərən qiymət;
	4. milli təsərrüfatın bütovlükdə və hər müəssisə ilə ayrılıqda idarə etmədə rolu ;
	5. qiymətin müəyyən edilməsinin məxaric yanaşma məntiqi
235. Hiperinflyasiya – bu:
	1. pul vahidinin kəskin qiymətdən düşməsinə, ödəmə dövriyyəsinin nasazlığına və normal qənaətli əlaqələrin pozulmasına aparan, tədavüldə mal qiymətlərinin və pul kütləsinin son dərəcə sürətli artımı;
	2. qarşılıqlı tamamlayıcı mallar;
	3. malların parametrik sırası;
	4. eksklüziv mallar;
	5. neytral.
236. Qiymət qoyulma prosesiylə və portfelin (malının) ərzağın formalaşmasıyla bağlı olan və öz ümumi və funksional hədəflərinin təyini üçün müəssisə tərəfindən (firma tərəfindən) tətbiq edilən qiymət qoyulma prinsiplərinin sistemi – bu:
	1. qiymət qoyulma siyasəti;
	2. qiymət qoyulma prinsipləri;
	3. qiymət qoyulma hədəfləri;
	4. qiymət qoyulma prosesi;
	5. qiymət qoyulma informasiyası.
237. Daim hərəkət edən (qüvvədə olan) əsas qaydalar, hansılarla ki, qiymətin qurulması vaxtı başçılıq edir– bu:
	1. qiymət qoyulma prinsipləri;
	2. qiymət qoyulma siyasəti;
	3. qiymət qoyulma informasiyası;
	4. qiymət qoyulma hədəfləri;
	5. qiymət qoyulma prosesi.
238. Qiymətlərin qəti surətdə məxaric metodu əsasında və ya yalnız rəqiblərin qiymət qərarları təsiri altında qoyuluşu – bu:
	1. passiv qiymət qoyulma;
	2. aktiv qiymət qoyulma;
	3. düz qiymət qoyulma;
	4. vasitəli qiymət qoyulma;
	5. xətt qiymət qoyulma.
239. Satışın idarə edilməsi siyasəti çərçivəsində qiymətlərin qurulması, ən əlverişli satış həcmlərinin, orta istehsal xərclərin və əməliyyatların gəlirliliyinin məqsədli səviyyəsinə nail olmaq məqsədi ilə – bu:
	1. aktiv qiymət qoyulma;
	2. xətt qiymət qoyulma;
	3. vasitəli qiymət qoyulma;
	4. passiv qiymət qoyulma;
	5. düz qiymət qoyulma.
240. Malların xətti – bu:
	1. mallar qrupu, hansılar ki, öz aralarında sıx bağlıdır ya istehlak prosesində, ya qiymət səviyyələrinə görə, və ya eyni qrup alıcıların cəlb edilməsinin hesabına;
	2. pul vahidinin kəskin qiymətdən düşməsinə, ödəmə dövriyyəsinin nasazlığına və normal qənaətli əlaqələrin pozulmasına aparan, tədavüldə mal qiymətlərinin və pul kütləsinin son dərəcə sürətli artımı;
	3. bazarın tutulmuş sektorunun artımı üçün qiymətin istifadədəsindən imtina;
	4. qiymət qoyulma məxaric yanaşmasının məntiqi;
	5. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri.
241. Qiymətin alt sərhədi – bu:
	1. onun elə səviyyəsidir ki, hansının ki zamanında, gəlirliliyin normativinə əsaslanaraq hesablanmış istehsalın və gəlirin cari xərcləri mal istehsalçısına ödənilir;
	2. yeni məmulatın maksimal şərti qiyməti, hansı ki zamanında, istehsal və istehlak eyni cür əlverişlidir, həm istehsalçı, həm də istehlakçıya;
	3. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri;
	4. bazarın tutulmuş sektorunun artımı üçün qiymətin istifadədəsindən imtina;
	5. qiymət qoyulma məxaric yanaşmasının məntiqi.
242. Qiymətin yuxarı sərhədi – bu:
	1. yeni məmulatın maksimal şərti qiyməti, hansı ki zamanında, istehsal və istehlak eyni cür əlverişlidir, həm istehsalçı, həm də istehlakçıya;
	2. qiymət qoyulma məxaric yanaşmasının məntiqi;
	3. bazarın tutulmuş sektorunun artımı üçün qiymətin istifadədəsindən imtina;
	4. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri;
	5. belə onun səviyyəsi, hansı ki, gəlirliliyin normativinə əsaslanaraq hesablanmış istehsalın və gəlirin cari xərcləri mal istehsalçısına əvəzi verilir.
243. NİFO – bu:
	1. maddi resursların dəyərinin qiymətləndirilməsidir, hansını ki, bu gün xərclənmiş resurs ehtiyatının doldurulması üçün sabah ödəmək lazım olacaq;
	2. itkisizliyin və itkisizliyin qrafikinin qurulmasının şərtlərinin hesablaması;
	3. məxaric qiymət qoyuluşunun əsas çatışmazlığı;
	4. xərclərin qiymətləndirilməsi, maliyyə hədəflərinin dəqiqləşdirilməsi;
	5. tələbatın tənliyində dəyişənlərin əmsalları.
244. İnflyasiyanın tempi – bu:
	1. müəyyən dövrdə pulun qiymətdən düşməsinin (alıcılıq qabiliyyətinin azalmasının) ölçüsünü xarakterizə edən, dövrün başlanğıcına onların nominalına faiz ilə ifadə edilmiş göstəricidir;
	2. bazarın tutulmuş sektorunun artımı üçün qiymətin istifadədəsindən imtina;
	3. məxaric qiymət qoyuluşunun əsas çatışmazlığı;
	4. passiv qiymət qoyuluşu;
	5. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri.
245. Qiymət qərarlarının variantlarının analizinin aləti - bu:
	1. itkisizliyin və itkisizliyin qrafikinin qurulmasının şərtlərinin hesablaması;
	2. qiymət qoyulma məxaric yanaşmasının məntiqi;
	3. mallar qrupu, hansılar ki, öz aralarında sıx bağlıdır ya istehlak prosesində, ya qiymət səviyyələrinə görə, və ya eyni qrup alıcıların cəlb edilməsinin hesabına;
	4. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri;
	5. qarşılıqlı tamamlayıcı mallar.
246. Bütövlənməmiş qiymətlərin qurulması – bu:
	1. qiymətləndirmənin psixoloji aspektləri;
	2. bir qayda olaraq, qiymətin struktur elementləri olan vergilər;
	3. milli təsərrüfatın bütovlükdə və hər müəssisə ilə ayrılıqda idarə etmədə rolu ;
	4. malın və ya xidmətin vahidi üçün ödənilən və ya alınan pul miqdarını göstərən qiymət;
	5. qarşılıqlı tamamlayıcı mallar.
247. Firma-istehsalçıya mükafat – bu:
	1. qiymətə artırma, hansını ki, alıcı ödəməyə hazırdır ona görə ki, firmanın malları yaxşı reputasiyanı fəth qazansın;
	2. qiymət strategiyasının strateji analizinin elementləri;
	3. investisiyaların alışı;
	4. sifarişin icrasının təcililiyi;
	5. qiymət qoyuluşunun ən mürəkkəb metodu.
248. Qiymət əmələ gəlməsi sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri
	1. siyasət;
	2. dünya iqtisadiyyatı;
	3. aqrar siyasət
	4. qiymət qoyuluşunun siyasəti;
	5. xarici iqtisadi siyasət.
249. Xərclər əsasında qiymətləndirmə metoduna aiddir:
	1. itkisizliyin qrafiki əsasında qiymətlərin təyini;
	2. bazarın genişlənilməsi məqsədi ilə qiymətlərin seşmə aşağı düşməsi;
	3. "mənimsəmənin əyrisinə" uyğun olaraq qiymətlərin qurulması metodu;
	4. tam xərclər metodu;
	5. gəlirin məqsədli norması metodu.
250. Məhsul qrupu, hansı ki, konstruksiya və hazırlanma texnologiyasına görə həmcinsdir, eyni və ya oxşar funksional məqsədə malikdir və öz aralarında istehlak xüsusiyyətlərinin miqdar səviyyəsiylə fərqlənir – bu:
	1. parametrik sırası;
	2. statistik metod;
	3. bazar metodu;
	4. hesab metodu;
	5. tam xərclər metodu.
251. Qiymət qoyuluşu məmulatın parametrlərinin hesabına əsaslandırılmışdır, hansıların vasitəsi ilə, bu malın (istifadəsinin) tətbiqinin effekti təyin edilir – bu:
	1. parametrik metodu;
	2. parametrik sırası;
	3. düz xərclər metodu;
	4. texniki-iqtisadi parametrlər;
	5. E)xüsusi çəkili göstəricilər metodu.
252. Məhsulun əlavə vahidinin istehsalıyla bağlı xərclərin cəmi– bu:
	1. son xərclər;
	2. son xərclər metodu;
	3. tam xərclər;
	4. düz xərclər;
	5. standart xərclər.
253. Yeni məmulatın maksimal şərti qiyməti, hansı ki zamanında, istehsal və istehlak eyni cür əlverişlidir, həm istehsalçı, həm də istehlakçıya – bu:
	1. yuxarı sərhəd;
	2. alt sərhəd;
	3. orta sərhəd;
	4. düz sərhəd;
	5. tam sərhəd.
254. Onun elə səviyyəsidir ki, hansının ki zamanında, gəlirliliyin normativinə əsaslanaraq hesablanmış istehsalın və gəlirin cari xərcləri mal istehsalçısına ödənilir – bu:
	1. alt sərhəd;
	2. tam sərhəd;
	3. yuxarı sərhəd;
	4. düz sərhəd;
	5. orta sərhəd.
255. İtkisizliyin qrafiki əsasında qiymətlərin təyininə aid edilir:
	1. xərclər əsasında qiymət qoyuluşu metoduna;
	2. düz xərclər metoduna;
	3. tam xərclər metoduna;
	4. parametrik metodlarına;
	5. bazar metodlarına.
256. Siyasət – bu:
	1. qiymətlərin qurulması sahəsində firmanın fəaliyyətinin ümumi prinsipləri;
	2. qiymətləndirmənin hədəfinin quruluşu;
	3. rəqiblərin mallarının qiymət və keyfiyyətlərinin analizi;
	4. qiymət qoyuluşu metodunun seçimi və malın ilk qiymətinin hesablaması;
	5. məhsulun əlavə vahidinin istehsalıyla bağlı xərclərin cəmi.
257. Qiymətləndirmə təcrübəsində standart xərclər metodundan istifadə icazə verir ki:
	1. sapmalara görə xərclərin idarə edilməsini həyata keçirmək, yalnız xərclər yox, həmçinin gəlirədə nəzarət etmək;
	2. dəyişən xərclər hissəsində maya dəyərini müəyyən etmək;
	3. istehsalı genişləndirmək;
	4. istehsala və məhsulun reallaşdırmasına çəkilən bütün xərclər əsasında formalaşmaq;
	5. itkisizliyin qrafikindən istifadəylə qiymətlərin və maya dəyərinin dəyişikliyi.
258. Ortalama edilmiş xərclər metodundan istifadə zamanı dəyişən xərclər müəyyən edir:
	1. düz hesabı məhsulun hər növü üzrə;
	2. dəyişən xərclər hissəsində maya dəyərini;
	3. istehsalın genişlənməsini;
	4. məhsulun reallaşdırılmasını;
	5. satış həcminin itkisizliyini.
259. Məqsədli gəlir metodu əsaslanır:
	1. gəlir və ziyansız satış həcminin təyinləri ölçüsünün alınması üçün tələb edilən qiymətlərin seçiminə;
	2. son xərclərin səviyyəsinə;
	3. resursların bütün növlərinin xərclənməsinin normalarının hazırlamasının çətinliyinə;
	4. inkişaf etmiş normativ bazanın mövcudluğuna;
	5. məhsulun reallaşdırmasına.
260. Düz xərclər metodundan istifadə zamanı maya dəyəri müəyyən edir:
	1. yalnız düz xərclər hissəsində, vasitəli xərclər məhsulun növləri üzrə bölünmür və ümumi gəlirdən ödənilir;
	2. düz hesabı məhsulun hər növü üzrə;
	3. dəyişən xərclər hissəsində maya dəyəri;
	4. satış həcminin itkisizliyi;
	5. istehsalın genişlənilməsi.
261. Tam xərclər metodundan istifadə vaxtı qiymətnə cür formalaşdırılır:
	1. istehsala və məhsulun reallaşdırmasına bütün xərclər əsasında, hansılar ki, məhsulun növləri üzrə bölünür, növbəti ardıcıllıqda: istehsalın həcmi təyin edilir; birbaşa və dolayı xərclər təyin edilir; vasitəli xərclər qəbul edilmiş metodika üzrə məhsulun növləri üzrə bölünür; gəlir xərclərinin ümumi məbləğləri faizlə təyin edilir;
	2. yalnız düz xərclər hissəsində, vasitəli xərclər məhsulun növləri üzrə bölünmür və ümumi gəlirdən ödənilir;
	3. düz hesabla məhsulun hər növü üzrə;
	4. istehsalın genişlənilməsiylə;
	5. ziyansız satış həcmiylə.
262. Qiymət nədir:
	1. hər vahid əmtəəyə ödənilən pul miqdarı
	2. əmtəənin maya dəyəri
	3. əmtəənin stış qiyməti
	4. əmtəənin pərakəndə dəyəri
	5. heç biri
263. Qiymətləndirmə deyəndə nə başa düşülür:
	* 1. əmək məsrəfi və keyfiyyət göstəricisi
		2. keyfiyyət göstəricisi
		3. əmək məsrəfi
		4. mübadilə vasitəsi
		5. əmək məsrəfi və mübadilə vasitəsi
264. Qiymətləndirmənin sistemləri hansılardır:
	* 1. mərkəzləşdirilmiş və bazar
		2. bazar və regional
		3. spesifik və bazar
		4. pərakəndə və bazar
		5. hamısı
265. Tarif qiyməti nədir:
	* 1. əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin qiymətidir.
		2. əhaliyə göstərilən komunal xidmətlərinin qiymətidir
		3. əhaliyə göstərilən serviz xidmətinin qiymətidir.
		4. əhaliyə göstərilən tibbi xidmətlərin qiymətidir.
		5. hec biri.
266. Qiymətin funksiyaları hansıdır :
	* 1. hamısı
		2. stimullaşdırıcı funksiya
		3. bölüşdürücü funksiya
		4. Tələb və təklifin balanslaşdırılması furnksiyası
		5. uçot və ödəməli funksiya
267. Bazar mexanizminin əsas elementləri:
	1. hamısı
	2. qiymət
	3. tələb
	4. təklif
	5. heçbiri
268. Hansı xərclər istehsal xərclərinə aid deyil:
	* 1. Gözlənilən və paralel xərclər
		2. Kənar və daxili xərclər
		3. Alternativ xərclər
		4. Sabit, dəyişən və ümumi xərclər
		5. Orta və son hədd xərcləri
269. Aşağıdakılardan hansı sabit xərcə aid edilmir:
	* 1. nəqliyyat xidmətinin ödənilməsi
		2. amortizasiya
		3. sığorta
		4. idarə heyyətinin əmək haqqı
		5. heç biri
270. Aşağıdakılardan hansı qiymət əmələgəlmənin gəlir amillərinə aiddir:
	* 1. istehsal edilmiş məhsulun həcmi və qiymətlərin səviyyəsi.
		2. qiymətlərin səviyyəsi
		3. istehsal edilmiş məhsulun dövriyyəsi
		4. qiymətəmələgəlmə
		5. istehsal edilmiş məhsulun həcmi
271. Alıcının özünə lazım olan şeyləri satın almaq üçün ödəyə biləcəyi və ödəmək istədiyi pul məbləği nə adlanır.
	1. Tələb tədiyyə qabiliyyəti
	2. Dövriyyə tədiyyə qabiliyyəti
	3. İstehsal tədiyyə qabiliyyəti
	4. Təklif tədiyyə qabiliyyəti
	5. İstehlak və istehsal tədiyyə qabiliyyəti
272. Tələbin dəyişməsinə təsir göstərən qeyri-qiymət amilinə aid edilmir:
	* 1. Qiymətlərin ucuzlaşması
		2. Əhalinin tərkibində müəyyən dəyişikliklərin baş verməsi
		3. İstehlakçıların subyektiv təsəvvürləri və zövqlərində müxtəlifliyin olması
		4. Dövlətin iqtisadi siyasəti
		5. Əhalinin pul gəlirlərinin dəyişməsi
273. Hansı variant təmklifə təsir göstərən qeyri qiymət amili hesab edilir:
	* 1. Bazara yeni firmaların gəlməsi
		2. Yüksək qiymət strategiyası
		3. Aşağı qiymət strategiyası
		4. Əhalinin pul gəlirlərinin artması
		5. İnfilyasiya
274. Bazar qiymətinin formalaşması nəyin təsirinəticəsində vaxt baş verir:
	* 1. Tələb və təklifin qarşılıqlı fəaliyyəti nəticəsində
		2. Təklifin qiymətə təsiri
		3. Qiymətəmələgəlmə zamanı
		4. Tələbin qiymətə təsiri
		5. Bütün variantlar doğrudur
275. Patentlə müdafiə edilən qiymət strategiyası hansıdır:
	* 1. Yüksək qiymət strategiyası
		2. Aşağı qiymət strategiyası
		3. Orta qiymət strategiyası
		4. Məqsədli qiymət strategiyası
		5. Dəyişməz qiymətlər strategiyası
276. Bazarda öz fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin saxlanılmasına, sabitliyinə çalışan strategiya hansıdır:
	* 1. Orta qiymət strategiyası
		2. Yüksək qiymət strategiyası
		3. Aşağı qiymət strategiyası
		4. Məqsədli qiymət strategiyası
		5. Dəyişməz qiymətlər strategiyası
277. Xarici bazara daxil olmaq, daxili bazarda öz əmtəə paylarını artırmaq strategiyası hansıdır:
	* 1. Aşağı qiymət strategiyası
		2. Yüksək qiymət strategiyası
		3. Orta qiymət strategiyası
		4. Məqsədli qiymət strategiyası
		5. Dəyişməz qiymətlər strategiyası
278. Bu strategiya zamanı satış həcmi və qiymət dəyişə bilər, lakin mənfəət kütləsi daima qalmalıdır.
	* 1. Məqsədli qiymət strategiyası
		2. Yüksək qiymət strategiyası
		3. Orta qiymət strategiyası
		4. Aşağı qiymət strategiyası
		5. Dəyişməz qiymətlər strategiyası
279. Firma istehsal xərclərinin artımı zamanı çox vaxt qiymət dəyişməsinin əvəzinə əmtəənin tərkibini, onun ölçülərini dəyişir.Bu strategiya:
	* 1. Dəyişməz qiymətlər strategiyası
		2. Yüksək qiymət strategiyası
		3. Orta qiymət strategiyası
		4. Məqsədli qiymət strategiyası
		5. Aşağı qiymət strategiyası
280. Qiymətlərin aşağı düşməsinə aşağıdakı kimi baxırlar:
281. Bütün variantlar doğrudur
282. Əmtəənin bazarda zəif satılmasına səbəb onda olan qüsurlardır;
283. Qiymət tezliklə yenidən aşağı düşəcək;
284. Əmtəənin keyfiyyəti aşağı düşür.
285. Əmtəə tezliklə başqa modellə əvəz olunacaq ;
286. Əmtəənin həyat dövrü mərhələlərinə aid deyil:
287. dirçəliş mərhələsi
288. artım mərhələsi;
289. yetkinlik mərhələsi;
290. tənəzzül mərhələsi.
291. bazara çıxarılma mərhələsi;
292. Bazar iqtisadiyyatında bazarın tipinə aid deyil:
293. Monoqopolist bazarı
294. Sırf rəqabət bazarı
295. İnhisarçı rəqabət bazarı
296. Oliqopolist bazarı
297. Sırf inhisar bazarı
298. Qiqmətlərin dövlət tənzimlənməsinin əsas metodu vardır:
299. Hamısı
300. Dolayı
301. İqtisadi
302. Birbaşa
303. İnzibati
304. Qiymətləndirmənin məqsədindən asılı olaraq qiymətləndirmənin növləri:
305. Kütləvi və fərdi
306. Kütləvi
307. Fərdi
308. Ümumi
309. Fərdi və ümumi
310. Məqsəd və təyinatından asılı olaraq, əmlakın qiymətləndirilməsinin növləri mövcuddur:
	* 1. mütləq və könüllü qiymətləndirmə
		2. könüllü qiymətləndirmə.
		3. vacib və könüllü qiymətləndirmə
		4. sərbəst və mütləq qiymətləndirmə
		5. mütləq qiymətləndirmə;
311. Taraz qiyməti nə zaman yaranır:
312. Tələb və təklifin bərabərliyi zamanı
313. Tələbin bərabərliyi zamanı
314. Təklifin bərabərliyi zamanı
315. Bazarı bərabərliyi zamanı
316. Təklifnən bazarın bərabərliyi zamanı
317. İri firmalarda kənar xərclərin artması nədən xəbər verir:
318. Dövriyyənin artmasından
319. İnfilyasiyadan
320. Bahalanmadan
321. Bədxərclikdən
322. Yeni texnologiyaların tətbiqindən
323. Məhsulun hansı tipləri üçün qiymət strategiyasından istifadə etməklə "qaymaqların yığılması" mümkündür?
	1. dəbdə olan tikiş məmulatları üçün
	2. xammal malları üçün
	3. taxıl mədəniyyətləri üçün
	4. bütün mallar üçün
	5. gündəlik mallar üçün.
		1. Hansı şərait vaxtı qiymət diskriminasiyasından istifadə etmək mümkündür?
	6. istehlakçıların gəlirlərində əhəmiyyətli fərq vaxtı
	7. məhsulun obnovlyaemostisi yüksək dərəcəsi vaxtı
	8. şərti ilə ki, alıcılar qarşılıqlı əlaqəlidir
	9. şərti ilə ki, alıcılar qarşılıqlı əlaqəli deyillər
	10. doğru cavab yoxdur.
		1. Orta qiymətlərin strategiyası şəklində göstərmək ola bilər:
324. neytral qiymətləndirmənin strategiyaları
325. bazarda nüfuzetmənin strategiyaları
326. lider üçün izləmənin strategiyaları
327. hücum strategiyası
328. "qaymaqların yığılması" strategiyası.
	* + 1. Naməlum xərclər – buna nələr daxildir :
	1. sahibkara aid olan resursların dəyəri sahibkara istedadına qaytarma kimi normal gəlir daxil olmaqla
	2. istehsalın həcminin dəyişikliyi vaxtı dəyişən xərclər
	3. mühasibat xərcləri
	4. xərclər, istehsalın həcminin dəyişikliyi vaxtı dəyişməyənlər
	5. hansı ki, xərclər görülməmişdir.
		* 1. Neçə cür pərakəndə qiyməti formalaşdırılır?
	6. xərclər, vergi, gəlir
	7. maya dəyəri, satış və ticarət artırılmış məbləğləri
	8. topdan satış qiyməti, vergilər
	9. xərclər
	10. vergilər.
		* 1. Əgər satıcı çoxlu sayda eyni mallarla ticarət edən rəqiblərlə rəqabət aparırsa, - bu rəqabətin adı:
				1. təmiz rəqabət
				2. təmiz inhisarçılıq
				3. inhisarçı rəqabət
				4. oliqopolistik rəqabət
				5. oliqopoliya.
			2. Əgər qiymətlər artır və başqa şərtlər dəyişmirsə, təklif qanununda müşahidə olunur:
				1. təklifin həcminin artması
				2. təklifin həcminin düşməsi
				3. təklifin artması
				4. təklifin azalması
				5. görünmür.
			3. Mallar və xidmətlər bazarı tarazlıq halındadır, əgər
				1. təklifin həcmi tələbatın həcminə bərabərdir
				2. tələbat təklifə bərabərdir
				3. qiymət üstünlük gəlir xərclərə bərabərdir
				4. texnologiya səviyyəsi tədricən dəyişir
				5. aşağı qiymətlər.
			4. Malın qiymətinin düşməsiı və tələbin ölçüsünün tələbin xətt funksiyası vaxtı artır:
				1. ümumi gəlir nöqtəyə qədər böyüyür, hansında ki, elastiklik 1 bərabərdir, sonra gəlir azalır
				2. gəlir üzrə tələbatın elastikliyi azalır
				3. elastikliyin əmsalı dəyişmir
				4. tələbatın qanun pozulması olur
				5. heç bir pozma olmur.
			5. Əgər bazar qiyməti aşağı tarazdırsa, onda nə baş verir.
				1. malların defisiti yaranır
				2. malların artıqları meydana çıxır
				3. alıcı bazarı formalaşdırılır
				4. resursların qiyməti düşür
				5. malların profisiti yaranır.
			6. Nizama salmanın dərəcəsi üzrə nəyi seçirlər :
				1. azad qiymətlər
				2. birja qiymət təyin etmələri
				3. sürüşən qiymətlər
				4. qiymət indeksləri
				5. bütün variantlar doğrudur.
			7. Benzinin 1 l-nin qiymətin artımı nələr doğura bilər :
				1. ictimai nəqliyyata tələbatın artması
				2. benzinə tələbatın artımı
				3. maşın yağında tələbatın artımı
				4. turizm putyovkalarına tələbatın azaldılması
				5. köçmələrə tələbatın azaldılması.
			8. Maksimal aşağı qiymətli malın həyat dövriyyəsi mərhələsi üçün tipikdir:
				1. tənəzzül
				2. bazara çıxartmalar
				3. artmalar
				4. yetkinliklər
				5. doğru cavab yoxdur.
			9. Tələbın qiyməti — bu…
				1. maksimal qiymətdir, hansını ki, alıcılar bu mal üçün ödəməyə hazırdır
				2. qiymətdir, hansı ki, saziş olur
				3. minimal qiymətdir, hansını ki, alıcılar bu mal üçün ödəməyə razıdır
				4. topdan satış qiymətidir
				5. pərakəndə qiymətidir.
			10. "tavan" qiyməti nə vaxt effektivdir:
				1. istehsalçının dövlət dəstəyi vaxtı
				2. istehsalın aşağı xərcləri vaxtı (yanında)
				3. məhsula yüksək qiymətlər vaxtı (yanında)
				4. yüksək qiymətlər vaxtı (yanında)
				5. effektivliklər yoxdur.
			11. Nə vaxt ki, tələbin həcmi təklifin həcminə bərabərdir, qiymət nə cür adlanır:
				1. tarazlıq qiyməti
				2. tələbatın qiyməti
				3. təklifin qiyməti
				4. marjinal qiymət
				5. topdan satış qiyməti.
			12. Qiymətlərə tələbatın həssaslığının dərəcəsinin öyrənilmələri qiymətləndirmənin prosesinin növbəti hansı mərhələsini əsas edir:
				1. tələbatın təyini
				2. xərclərin analizi
				3. qiymətləndirmə metodunun seçimi
				4. hədəfin seçimi
				5. təklifin təyini.
			13. Məhsulun gəlirliliyi münasibət kimi nə ilə hesablaşır:
				1. istehsaldan və reallaşdırılmış məhsulun tam maya dəyərinə məhsulun reallaşdırmasından gəlirlər
				2. reallaşdırılmış məhsulun tam maya dəyərinə balans gəlirinə
				3. istehsaldan və istehsala ümumi xərclərə məhsulun reallaşdırmasından gəldilər
				4. reallaşdırılmış məhsulun həcminə balans gəlirinə
				5. zərərlərə gəlirlər.
			14. Qiymətin funksiyalarına aid edilmir:
				1. nəzarət
				2. qeydiyyat
				3. bölüşdürücü
				4. stimullaşdıran
				5. doğru cavab yoxdur.
			15. Qiymət- vahid sistemə bu amilləri özündə birləşdirir:
				1. qiymətləndirmənin vahid metodologiyası
				2. müəssisələrin maliyyə-kredit xidməti
				3. vahid informasiya bazası
				4. vahid məhsul
				5. vahid dünya bazarı.
			16. "Təklifin qiyməti" adlanır - bu…
				1. minimal qiymətdir, hansı ki, istehsalçı malın bu miqdarını təklif etməyə hazırdır
				2. orta qiymətdir, hansı ki, istehsalçı malın bu miqdarını təklif etməyə hazırdır
				3. maksimal qiymətdir, hansı ki, alıcı bu malı əldə etməyə (almağa) hazırdır
				4. məhsulun maksimal qiymətidir
				5. malın dəyişilməz qiyməti il ərzində.
			17. Qiymətləndirmənin bal metodu kimi yönəlir:
				1. keyfiyyət və məhsulun istehlak xüsusiyyətlərinə
				2. xərclərnə
				3. tələbata
				4. rəqabətin səviyyəsinə
				5. hamısına.
			18. Keyfiyyətin hesabı üçün kənd təsərrüfatı məhsuluna alınma qiymətlərində metod kimi istifadə olunur:
				1. baza kondisiyalarının vahidinə qiymətlərin qurulması
				2. materialların xərcindən asılı olaraq artırmaların və endirimlərin artımı
				3. istehsalın xərclərinə əsaslananlar
				4. normativ-parametriklər
				5. düzgün variant yoxdur.
			19. Dövlət, qiymət formalaşdıran amillərə təsir edərək həyata keçirir:
				1. vasitəli qiymətlərin tənzimlənməsi
				2. düz qiymətlərin tənzimlənməsi
				3. qiymətlərin dəhlizi
				4. tavan və aşağı qiymətlər
				5. qiymətlərin tavanı.
			20. Sənayenin məhsuluna və kənd təsərrüfatında qiymətlərin disparitetini əks etdirir:
				1. Kənd təsərrüfatı məhsullarıda alınma qiymətlərində məhsula sərf edilən sənaye məhsuluna qiymətlərin artım sürətlərinin dəyişikliyi.
				2. B) k/t məhsulu istehsalına əlavə xərclərin artması
				3. K/t məhsulunda alınma qiymətlərinin indeksi
				4. Kəndı təsərrüfatına çatdırılan sənaye məhsuluna qiymət indeksi
				5. onların arasında qiymətlərin tarazlığı.
			21. Qiymətləndirmənin xarici amillərinə aid edilir:
				1. istehsalın qiymətlərinin inhisarlaşma səviyyəsi
				2. məhsulun servis xidməti
				3. reklam şirkətinin təşkilatı
				4. müxtəlif alıcılara oriyentasiya
				5. inhisarçılara oriyentasiya.
			22. Düz dövlət tənzimləməsi metodlarına uyğun aparırlar:
				1. bərkidilmiş və son qiymətlərin qurulması
				2. vergi qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi
				3. büdcə defisitinin ixtisarı
				4. antiinhisar qanunlarının qəbulu
				5. doğru cavab yoxdur.
			23. Məzuniyyət qiymətinin tərkibinə müəssisə-istehsalçı tərəfindən daxil edilən (qoşulan), istehsalla və məhsulun reallaşdırmasıyla bağlı plan xərclərinə aiddir:
				1. plan maya dəyəri
				2. düz vergilər
				3. istehsal maya dəyəri
				4. faktiki maya dəyəri
				5. vasitəli vergilər.
			24. Qiymətləndirmənin daxili amillərinə aiddir: (səhv variantı seçin)
				1. mövcudluq və rəqabətin səviyyəsi
				2. xarici iqtisadi dövlət siyasəti
				3. növ və istehsalat üsulu
				4. istehsalın inhisarlaşma səviyyəsi
				5. doğru bütün variantlar.
			25. Qiymətləndirmənin normativ-parametrik metodu sayılır (səhv variantı seçin):
				1. aqreqat
				2. struktur analogiya
				3. bədxərc
				4. bal
				5. düzgün variant yoxdur.
			26. "Qiymət sıçrayışı" strategiyası uğurludur, nə vaxt ki:
				1. firmanın rəqibləri qiymətləri azalda bilmirlər
				2. firma unikal malı təklif edir
				3. firma çox gözəl reputasiyaya malikdir
				4. firmanın rəqibləri qiymətləri azaldacaqlar
				5. firmalar öz qiymətlərini diktə edir.
			27. "Qiymət sıçrayışı" strategiyası üçün rasionaldır sayılır:
				1. ucuz mallar
				2. nüfuzlu mallar
				3. bahalı mallar
				4. birdəfəlik alınmaların malları
				5. gündəlik mallar.
			28. "Satışların ziyanlı lideri" kimi malın seçim effektivdir, nə vaxt ki,:
				1. malın qiyməti alıcılara yaxşı məlumdur
				2. satışların gəlirliliyi yüksəkdir
				3. alıcı qiymət səviyyəsinə reaksiya vermir
				4. mala əhalidə tələbat olmur
				5. alıcı qiymət səviyyəsinə reaksiya verir.
			29. Qiymətlərin qurulması vaxtı maya dəyərini təyin edirlər:
				1. sənaye müəssisələri
				2. topdan satış təşkilatları
				3. komissiyaları müqavilə bağlayan vasitəçilər
				4. pərakəndə ticarətin təşkilatçıları
				5. istehlakçılar.
			30. İstehsalçı şirkətin satılmayan malların ticarətdə reallaşdıran qiyməti:
				1. məzuniyyət
				2. topdan satış
				3. aliş
				4. pərakəndə
				5. bütün cavablar doğrudur
			31. "Satışların ziyanlı lideri" olan:
				1. kartof
				2. konyak
				3. C heyvan yağı
				4. şokolad
				5. doğru cavab yoxdur.
			32. Gömrük dəyərinin təyini metodu kimi ilk istifadə edilən:
				1. idxal edilən mallarla sazişin dəyəri üzrə
				2. həmcins mallarla sazişin dəyəri üzrə
				3. dəyər üzrə eyni mallarla saziş
				4. ehtiyat
				5. toplamalar.
			33. Hazır məhsulun anbarında edilmiş qablaşdırmaya xərclər daxil edilmişdir :
				1. ticarət xərcləri
				2. sex xərcləri
				3. ümumiqtisadi xərclər
				4. düz xərclər
				5. vasitəli xərclər.
			34. Ticarət artımının struktur elementi hesab edilir:
				1. gəlir
				2. vahid sosial vergi
				3. nəqliyyat xərcləri
				4. komisyon mükafatı
				5. ƏDV.
			35. Topdan satış artırması ilə müşahidə edilir, bir qayda olaraq, faiz ilə:
				1. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-siz)
				2. pərakəndə qiymətə
				3. maya dəyərləri
				4. azad məzuniyyət qiymətinə (ƏDV-lə)
				5. alınma qiymətinə (ƏDV-siz).
			36. Qiymətləndirmənin psixoloji aspektləri hansılardır:
				1. bütövlənməmiş qiymətlərin qurulması
				2. nüfuzlu mallara yüksək qiymətlərin qurulması
				3. qiymət diskriminasiyası
				4. mallara qiymətlərin düşməsi, tələbat olmayanda
				5. doğru cavab yoxdur.
			37. Qiymətləndirmənin ən çox bazar amilləri (düzgün olmayan variantı seçin):
				1. müraciət xərcləri
				2. istehsal xərcləri
				3. malın keyfiyyəti
				4. tələbat
				5. rəqabət.
			38. Yeni məmulatın maksimal şərti qiyməti, hansı ki zamanında, istehsal və istehlak eyni cür əlverişlidir, həm istehsalçı, həm də istehlakçıya – bu:
				1. yuxarı sərhəd;
				2. alt sərhəd;
				3. orta sərhəd;
				4. düz sərhəd;
				5. tam sərhəd.