

«Тасдиқ мекунам»  
мудири кафедраи  
«Таҳлили иқтисоди ва омор»  
н.и.и. Шамсуллозода Ш  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ соли 2019.

Донишкадаи идоракунии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон

Факултети идоракунии давлатӣ

Кафедраи «Идоракунии молияи давлатӣ»

Соли таҳсили 2019-2020 семестри 1 санҷиши тестӣ (дар компютер)

Фанни «Маркетинг»

Ному насаби устод Маҳмадиева Гулнора Абдучалиловна

тел 883-334-452 , 909-00-61-51

Курс 3 гурӯҳ А

Ихтисоси 1-260101 идораи давлатӣ

САВОЛҲ ОИ ТЕСТӢ АЗ ФАНИИ МАРКЕТИНГ

МИҚДОРИ КРЕДИТҲО –4. МИҚДОРИ САВОЛҲО - 400

**@1.Калимаи маркетинг аз кадом забон гирифта шудааст?**

\$A) Англисӣ;

\$B) Фаронсавӣ;

\$C) Итолёвӣ;

\$D) Тоҷикӣ;

\$E) Узбекӣ;

**@2.Маркетинг чист?**

\$A) Намуди фаъолияти инсон буда ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;

\$B) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;

\$C) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмол намудани онҳо пешниҳод шудаанд;

\$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

\$E) Ивази тичоратии арзишҳо (қиматҳо. дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурушандаю харидор аст;

**@3.Элементҳои маркетинг кадомҳоянд?**

- \$A) Мухтоҷӣ, талабот, зарурат, мол, мубодила, муомилот, бозор;
- \$B) Мухтоҷӣ, талабот, зарурат, нарх, мол, мубодила, муомила, бозор;
- \$C) Мухтоҷӣ, талабот, зарурат, маркетинг, нарх;
- \$D) Мухтоҷӣ, талабот, зарурат, бозоргони, иқтисодиёт, бозор, нарх;
- \$E) Мухтоҷӣ, талабот, зарурат, бозоргони, иқтисодиёт, бозор;

#### **@4.Мол чист?**

- \$A) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмол намудани онҳо пешниҳод шудаанд;
- \$B) Ивази тижоратии арзишҳо (қиматҳо. дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурушандаю харидор аст;
- \$C) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;
- \$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;
- \$E) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

#### **@5.Мӯхтоҷӣ чист?**

- \$A) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;
- \$B) Талаботе, ки бо пул ифода ёфтааст ва бо қобили харидорӣ зич алоқаманд аст;
- \$C) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмол намудани онҳо пешниҳод шудаанд;
- \$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;
- \$E) Ивази тижоратии арзишҳо (қиматҳо. дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурушандаю харидор аст;

#### **@6.Талабот чист?**

- \$A) Ин мӯхтоҷие, ки шакли мушаххасро мувофиқи ҳолатҳои имруза ва дараҷаи инкишофи иқтисодиёту маънавиёт гирифтааст;
- \$B) Ин намуди фаъолияти инсон буда ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;

\$C) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмол намудани онҳо пешниҳод шудаанд;

\$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

\$E) Ивази тижоратии арзишҳо (қиматҳо. дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурушандаю харидор аст;

### **@7.Зарурат чист?**

\$A) Ин талаботе, ки бо пул ифода ёфтааст ва бо қобили харидори зич алоқаманд аст;

\$B) Ин намуди ғаъолияти инсон буда, ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;

\$C) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;

\$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

\$E) Ин мӯҳтоҷие, ки шакли мушаххасро мувофиқи ҳолатҳои имруза ва дараҷаи инкишофи иқтисодиёту маънавиёт гирифтааст;

### **@8.Бозор чист?**

\$A) Яқҷоягии харидорони ҳозирбуда ва потенциалии молҳо;

\$B) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;

\$C) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмол намудани онҳо пешниҳод шудаанд;

\$D) Ин намуди ғаъолияти инсон буда ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;

\$E) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;

### **@9.Мубодила чист?**

\$A) Ивази қимматҳоро нишон медиҳанд, яъне пешкаш намудани ягон мол ва ба ҷои вай ба даст овардани молҳои зарури;

\$B) Ин намуди ғаъолияти инсон буда, ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;

- \$C) Ҳамаи он чизҳое, ки ягон эҳтиёҷу талаботро қонеъ мегардонанд ва бо мақсади ҷалб намудани диққати одамон барои харидан, истифода ва истеъмоли намудани онҳо пешниҳод шудаанд;
- \$D) Якҷоягии харидорони ҳозирбуда ва потенциалии молҳо;
- \$E) Мақсаднокӣ, баҳисбгирӣ, истифодабарии якҷоягии тактика ва стратегия;

#### **@10.Муомилот чист?**

- \$A) Ивази тиҷоратии арзишҳо (қиматҳо. дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурушандаю харидор аст;
- \$B) Якҷоягии харидорони ҳозирбуда ва потенциалии молҳо;
- \$C) Ин намуди ғаъолияти инсон буда ба қонеъ гардонидан эҳтиёҷот ва талабот тавассути мубодила, равона карда мешавад;
- \$D) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;
- \$E) Ҳиссиёти инсон дар бораи нарасидан ва ё ноёфт будани ягон чизи лозими барои гузаронидани ҳаёт аст;

#### **@11.Принсипҳои асосии маркетингро номбар кунед?**

- \$A) Мақсаднокӣ, самти амал, истифодабарии якҷоягии тактика ва стратегия;
- \$B) Иқтисоди, баҳисбгирӣ, банақшагирӣ;
- \$C) Мақсаднокӣ, самти амал, хоҷагидорӣ;
- \$D) Мақсаднокӣ, баҳисбгирӣ, истифодабарии якҷоягии тактика ва стратегия;
- \$E) Назорат, тафтишот, талабот, тақсимот;

#### **@12.Идоракунии маркетинг чист?**

- \$A) Таҳлил, банақшагирӣ, ҷорӣ кардани назорат;
- \$B) Назорат, кафолат, ҷамъомад;
- \$C) Таҳлил, банақшагирӣ, кафолат, тафтишот, табодулот;
- \$D) Назорат, тафтишот, талабот, тақсимот;
- \$E) Иқтисоди, баҳисбгирӣ, банақшагирӣ;

#### **@13.Талаботи набуда чист?**

- \$A) Дар ин ҳолат харидорони мақсаднок барои харидани баъзе молҳо ҳавасманд нестанд ва бемасъулиятона рафтор мекунанд;
- \$B) Бисёри аз истеъмолкунандагон ба молҳои дар бозор мавҷудбуда қонеъ нашудани талаботи худро ҳис мекунанд;

\$C) Агар талабот ба моли баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. назар ба пешниҳод хело зиёд бошад фирмаҳои дигар имконияти талаботро пурра қонеъ кунонидан надоранд;

\$D) Дар ин ҳолат талабот ба баъзе молҳо номунтазаманд;

\$E) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

#### **@14.Талаботи пинҳони чист?**

\$A) Бисёри аз истеъмолкунандагон ба молҳои дар бозор мавҷудбуда қонеъ нашудани талаботи худро ҳис мекунанд;

\$B) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

\$C) Агар талабот ба моли баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. назар ба пешниҳод хело зиёд бошад фирмаҳои дигар имконияти талаботро пурра қонеъ кунонидан надоранд;

\$D) Ин ҷо корхона (фирма. аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

\$E) Маҷмӯи муносибатҳои истеҳсолкунанда ва истеъмолкунанда оиди хариду фурӯши мол мебошад;

#### **@15.Талаботи пастрафтаистода чист?**

\$A) Инҷо фурӯши молҳои баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. ба вақт, давра вобастагӣ дорад;

\$B) Бисёри аз истеъмолкунандагон ба молҳои дар бозор мавҷудбуда қонеъ нашудани талаботи худро ҳис мекунанд;

\$C) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

\$D) Ин ҷо корхона (фирма. аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

\$E) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

#### **@16.Талаботи номунтазам чист?**

\$A) Дар ин ҳолат талабот ба баъзе молҳо номунтазаманд;

\$B) Бисёри аз истеъмолкунандагон ба молҳои дар бозор мавҷудбуда қонеъ нашудани талаботи худро ҳис мекунанд;

\$C) Инҷо фурӯши молҳои баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. ба вақт, давра вобастагӣ дорад;

\$D) Ин ҷо корхона (фирма. аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

\$E) Агар талабот ба моли баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. назар ба пешниҳод хело зиёд бошад фирмаҳои дигар имконияти талаботро пурра қонеъ кунонидан надоранд;

**@17.Талаботи пурбаҳо чист?**

\$A) Ин ҷо корхона фирма. аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

\$B) Дар ин ҳолат талабот ба баъзе молҳо номунтазаманд;

\$C) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

\$D) Агар талабот ба моли баъзе корхонаҳо (фирмаҳо. назар ба пешниҳод хело зиёд бошад фирмаҳои дигар имконияти талаботро пурра қонеъ кунонидан надоранд;

\$E) Яққоягии харидорони ҳозирбуда ва потенциалии молҳо;

**@18.Талаботи аз ҳад зиёд чист?**

\$A) Агар талабот ба моли баъзе корхонаҳо фирмаҳо. назар ба пешниҳод хело зиёд бошад фирмаҳои дигар имконияти талаботро пурра қонеъ кунонидан надоранд;

\$B) Дар ин ҳолат талабот ба баъзе молҳо номунтазаманд;

\$C) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

\$D) Яққоягии харидорони ҳозирбуда ва потенциалии молҳо;

\$E) Ин ҷо корхона фирма. аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

**@19.Концепсияи такмилдиҳии истеҳсолот дар кадом ҳолатҳои бозор истифода бурда мешавад?**

\$A) Дар ҳолати аз ҳисоби ҳаҷми пешниҳодшудаи маҳсулот таъмин карда натавонистани талабот;

\$B) Концепсияи мукамалгардонии кушиши тижоратӣ: концепсияи оддӣ, концепсияи такмилдиҳии бозор: концепсияи одобу ахлоқии маркетинг;

\$C) Дар ҳолате, ки барои ҳарчи зиёд намудани миқдори фуруши мол роҳҳои ҳавасмандкунии иловагири кушиш ба харҷ медиҳанд;

\$D) Агар корхона (фирма. ҳаҷми мӯҳтоҷӣ ва талаботро муайян намуда, онҳоро бо усулҳои сермаҳсултар ва самараноктар қонеъ гардонад;

\$E) Ин ҷо корхона фирма, аз рӯи ҳаҷми гардиши моли хеш қаноатманд аст;

**@20.Концепсияи такмилдиҳии мол дар кадом ҳолатҳои бозор истифода бурда мешавад?**

- \$A) Дар ҳолате, ки талабот ба моли пешкашкарда шуда паст мегардад;
- \$B) Дар ҳолате, ки барои ҳарчи зиёд намудани миқдори фуруши мол роҳҳои ҳавасмандкунии иловагири кушиш ба харҷ медиҳанд;
- \$C) Агар корхона (фирма. ҳаҷми мӯҳтоҷӣ ва талаботро муайян намуда, онҳоро бо усулҳои сермахсултар ва самараноктар қонеъ гардонад;
- \$D) Дар ҳолате, ки барои ҳарчи зиёд намудани миқдори фуруши мол роҳҳои ҳавасмандкунии иловагири кушиш ба харҷ медиҳанд;
- \$E) Дар ин ҳолат бисёрии харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида намегиранд;

**@21. Дар ҳолати аз ҳисоби ҳаҷми пешниҳоди маҳсулот таъмин карда натавонишани талабот ва дастрас набудани нархи як воҳид маҳсулот кадом намуди концепсия талаб карда мешавад?**

- \$A) Концепсияи такмилдиҳии истеҳсолот;
- \$B) Концепсияи бо шиддат гардонии кушишҳои тиҷорати;
- \$C) Концепсияи маркетинги оддӣ;
- \$D) Концепсияи одобу ахлоқ;
- \$E) Концепсияи маркетинги мураккаб;

**@22. Сифати маҳсулот паст шавад ва истифодабарии мол ба талабот ҷавобгӯ набошад харидорон моли корхонаро намехаранд кадом намуди концепсия талаб карда мешавад?**

- \$A) Концепсияи такмилдиҳии мол;
- \$B) Концепсияи такмилдиҳии истеҳсолот;
- \$C) Концепсияи бо шиддат гардонии кушишҳои тиҷорати;
- \$D) Концепсияи одобу ахлоқ;
- \$E) Концепсияи маркетинги мураккаб;

**@23. Агар корхона дар доираи фуруш ва ҳавасмандкунии кушиши иловагӣ ба харҷ надихад, истеъмолкунанда ба миқдори зарурӣ моли фирмаро, корхонаро. харида намегирад кадом намуди концепсия талаб карда мешавад?**

- \$A) Концепсияи бо шиддат гардонии кушишҳои тиҷорати;
- \$B) Концепсияи такмилдиҳии мол;
- \$C) Концепсияи маркетинги оддӣ;
- \$D) Концепсияи одобу ахлоқ;
- \$E) Концепсияи мураккаб;

**@24. Системаи тадқиқоти маркетинги, муҳити маркетинги, бозори истеъмолкунандагони инфироди ва корхонаҳо кадом давраи протсеси идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Таҳлили имкониятҳои бозор;
- \$B) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$C) Коркардабаромадани комплекси маркетинг;
- \$D) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетинги;
- \$E) Дар ҳаёт татбиқ накардани чорабиниҳои маркетинги;

**@25. Коркардабаромадани мол, гузоштани нарх, усули паҳнкунии ва ҳаракати мол кадом давраи протсеси идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Коркардабаромадани комплекси маркетинг;
- \$B) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$C) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетинги;
- \$D) Муҳити маркетинги;
- \$E) Муҳити ғайримаркетинги;

**@26. Сину сол, ҷинс, давраи ҳаёти оила, маълумот, дараҷаи даромад аз рӯи кадом намуди принципи ба гуруҳҳо тақсим намудани бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Демографӣ;
- \$B) Ҷуғрофӣ;
- \$C) Рафтор;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Сиёсӣ;

**@27. Тарзи ҳаёт, намуди шахсият аз рӯи кадом намуди принципи ба гуруҳҳо тақсим намудани бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Психографӣ;
- \$B) Демографӣ;
- \$C) Рафтор;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Гуфтор;

**@28. Муносибат ба мол, азхудкунии, сабаб, мартабаи истифодабаранда аз рӯи кадом намуди принципи ба гуруҳҳо тақсим намудани бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Рафтор;



- \$B) Демографӣ;
- \$C) Психографӣ;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Иҷтимоӣ;

**@29.Қувваҳое, ки ба ширкат ва имкониятҳои ӯ тааллуқ дорад ва аз тарафи корхона идора карда мешавад кадом намуди муҳити маркетинги мебошад?**

- \$A) Микромуҳит;
- \$B) Макромуҳит;
- \$C) Тамоми муҳитҳо;
- \$D) Муҳити иқтисодӣ;
- \$E) Муҳити сиёсӣ;

**@30.Қувваҳое, ки аз тарафи корхона идора карда намешавад кадом намуди муҳити маркетинги мебошад?**

- \$A) Макромуҳит;
- \$B) Наномуҳит;
- \$C) Тамоми муҳитҳо;
- \$D) Муҳити иқтисодӣ;
- \$E) Муҳити сиёсӣ;

**@31.Шахс ва ё гуруҳи шахсоне, ки корхонаро бо ашъеи хоми босифат таъмин менамояд ки мебошад?**

- \$A) Молтаъминкунандагон;
- \$B) Харидорон;
- \$C) Рақибон;
- \$D) Гуруҳи алоқа;
- \$E) Муҳити омма;

**@32.Гуруҳи шахсоне, ки моли истеҳсолкардари барои истеъмоли худ харидори менамояд киҳо мебошанд**

- \$A) Харидорон;
- \$B) Молтаъминкунандагон;
- \$C) Рақибон;
- \$D) Гуруҳи алоқа;
- \$E) Муҳити сиёсӣ;

**@33.Шахсоне,ки як намуди мол истехсол мекунад ва корхонаро барои ба мақсад расидан ёри мерасонад киҳо мебошанд.**

\$A) Гурҳи алоқа;

\$B) Миенаравҳои маркетинги;

\$C) Харидорон;

\$D) Рақибон;

\$E) Фурушандагон;

**@34.Омиле, ки зиҷ будан ва миқдори аҳоли вобастаги дорад кадом омиле макромухит мебошад?**

\$A) Демографӣ;

\$B) Табии;

\$C)Илму техники;

\$D) Маданӣ;

\$E) Иҷтимоӣ;

**@35.Омиле, ки дараҷаи имкониятҳои харидори аҳоли вобастаги дорад кадом омиле макромухит мебошад?**

\$A) Иқтисодӣ;

\$B) Демографӣ;

\$C) Илму техники;

\$D) Маданӣ;

\$E) Сиёсӣ;

**@36.Омиле, ки имкониятҳои гуногуни корхонаро ва ҷорӣ намудани онро меомузад кадом омиле макромухит мебошад?**

\$A) Илмтехники;

\$B) Иқтисодӣ;

\$C) Табиӣ;

\$D) Маданӣ;

\$E) Иҷтимоӣ;

**@37.Омиле, ки вазни мамлакат ва муносибати коркунони давлатиро меомузат кадом омиле макромухит мебошад?**

\$A) Сиёси;

\$B) Иқтисодӣ;

\$C) Илму техникӣ;

\$D) Маданӣ;

\$E) Фарҳангӣ;

**@38. Омиле, ки муносибати аҳоли ба корхонаҳои гуногун меомузад кадом омил макромухит мебошад?**

\$A) Маданӣ;

\$B) Иқтисоди;

\$C) Табиӣ;

\$D) Илму техники;

\$E) Фарҳангӣ;

**@39. Шахсоне алоҳида ва хонаводае, ки молро барои истеъмоли худ харидори мекунад кадом намуди бозори мизочон мебошад?**

\$A) Бозори истеъмолкунандагон;

\$B) Бозори миёнаравҳои мобайни;

\$C) Бозори корхонаҳои давлати;

\$D) Бозори байналхалқи;

\$E) Бозори минтақавӣ;

**@40. Омӯштани таҳлили имкониятҳои бозор аз кадом масъалаҳои асоси оғоз меёбад?**

\$A) Системаи тадқиқоти маркетингӣ ва ахбороти маркетингӣ муҳити маркетингӣ бозори истеъмолкунандагони алоҳида бозори корхонаҳо;

\$B) Бо мол таъминкунандагон рақибон миёнаравони маркетингӣ мизочон (харидорон гурӯҳҳои алоқавӣ);

\$C) Омилҳои асосии микро ва макро муҳит;

\$D) Демографӣ, иқтисодӣ, ҷуғрофӣ, табиӣ, сиёсӣ;

\$E) Муайян намудани мӯҳтоҷӣ талабот, манфиати бозорҳои мақсаднок ва таъминоти хоҳиши истеъмолкунандагон;

**@41. Омилҳои асосии макро муҳитро номбар кунед?**

\$A) Ҷуғрофӣ, иқтисодӣ, демографӣ, табиӣ, сиёсӣ;

\$B) Мол, нарх, усулҳои паҳнкунии, усулҳои ҳавасмандкунӣ;

\$C) Системаи тадқиқоти маркетингӣ ва ахбороти маркетингӣ: муҳити маркетингӣ: бозори истеъмолкунандагони алоҳида: бозори корхонаҳо;

\$D) Муайян намудани мӯҳтоҷӣ талабот, манфиати бозорҳои мақсаднок ва таъминоти хоҳиши истеъмолкунандагон;

\$E) Интиҳоби бозорҳои мақсаднок;

**@42.Тадқиқоти маркетинги, муҳити маркетинги, бозори истеъмолкунандагони инфироди ва корхонаҳо кадом давраи идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Таҳлили имкониятҳои бозор;
- \$B) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$C) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетинги;
- \$D) Муҳити маркетинги;
- \$E) Ҷуғрофӣ, иқтисодӣ, демографӣ, табиӣ, сиёсӣ;

**@43.Муайян намудани миқдори талабот, ба гуруҳҳо тақсим намудани бозор, интихоби мақсадноки бозор кадом давраи идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$B) Таҳлили имкониятҳои бозор;
- \$C) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетинги;
- \$D) Муҳити маркетинги;
- \$E) Ҷуғрофӣ, иқтисодӣ, демографӣ, табиӣ, сиёсӣ;

**@44.Коркарди мол, гузоштани нарх, усули паҳнкунии ва ҳаракати мол кадом давраи идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Коркардабаромадани комплекси маркетинг;
- \$B) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$C) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетингӣ;
- \$D) Муҳити маркетинги;
- \$E) Ба гуруҳи истеъмолкунандагон нигаронида шудааст;

**@45.Дурнамои, банақшагирии ва назорат кадом протсеси идоракунии маркетинг мебошад?**

- \$A) Дар ҳаёт татбиқ намудани чорабиниҳои маркетингӣ;
- \$B) Интихоби бозорҳои мақсаднок;
- \$C) Коркардабаромадани комплекси маркетинг;
- \$D) Муҳити маркетингӣ;
- \$E) Интихоби махсусгардонида шудааст;

**@46.Агар корхона тамоми сегментҳои бозорро хизмат расонад кадом намуди ишғоли бозор мебошад?**

- \$A) Ишғоли пурраи бозор;
- \$B) Ба талаботи харидорон нигаронида шудааст;

- \$C) Ба гуруҳи истеъмолкунандагон нигаронида шудааст;
- \$D) Интихоби махсусгардонида шудааст;
- \$E) Муҳити маркетингӣ;

**@47. Гуруҳи шахсоне, ки моли истеҳсолкардаро ба истеъмолкунандагон наздик менамояд ки мебошанд?**

- \$A) Миёнаравҳои маркетингӣ;
- \$B) Молтаъминкунандагон;
- \$C) Рақибон;
- \$D) Гуруҳи алоқа;
- \$E) Гуруҳи тафтишотӣ;

**@48. Шахс ва ё гуруҳе, ки моли истеҳсолкардаро барои истеъмоли худ харидори менамояд киҳо мебошанд?**

- \$A) Харидорон;
- \$B) Миёнаравҳои маркетингӣ;
- \$C) Рақибон;
- \$D) Гуруҳи алоқа;
- \$E) Гуруҳи бетараф;

**@49. Гуруҳе, ки як намуди мол истеҳсол мекунад ва корхонаро ё (Фирма)ро барои ба мақсад расидан ёри мерасонад киҳо мебошанд?**

- \$A) Гуруҳи алоқа;
- \$B) Миёнаравҳои маркетингӣ;
- \$C) Харидорон;
- \$D) Рақибон;
- \$E) Маркетологон;

**@50. Хонавода ва шахсони алоҳидае, ки молро барои истеъмоли худ харидори мекунад кадом намуди бозори мизочон мебошад?**

- \$A) Бозори истеъмолкунандагон;
- \$B) Бозори миёнаравҳои мобайни;
- \$C) Бозори корхонаҳои давлати;
- \$D) Бозори байналхалқӣ;
- \$E) Бозори минтақавӣ;

**@51. Корхонаҳое, ки молро дар соҳаҳои хизматрасони коммуникали ва ё дар ҳокимиятҳои маҳаллӣ харидори мекунанд кадом намуди бозори мизочон мебошанд?**

- \$A) Бозори корхонаҳои давлатӣ;
- \$B) Бозори корхонаҳо;
- \$C) Бозори миенаравҳои мобайнӣ;
- \$D) Бозори байналхалқӣ;
- \$E) Бозори сармояҳо;

**@52. Молҳое, ки барои фуруш ба мамлакатҳои берун харидори мекунанд кадом намуди бозори мизочон мебошанд?**

- \$A) Бозори байналхалқӣ;
- \$B) Бозори корхонаҳо;
- \$C) Бозори миенаравҳои мобайнӣ;
- \$D) Бозори корхонаҳои давлатӣ;
- \$E) Бозори қувваи корӣ;

**@53. Маданият, зермаданият ва ҳолати иҷтимоӣ ба кадом омилҳои баҳодихии ба харидорон дохил мешавад?**

- \$A) Омилҳои маданӣ;
- \$B) Омилҳои шахсӣ;
- \$C) Омилҳои руҳӣ;
- \$D) Омилҳои иқтисодӣ;
- \$E) Омилҳои ғайришахсӣ;

**@54. Гуруҳи оила, нақш ва мартаба ба кадом омилҳои баҳодихии ба харидорон дохил мешаванд?**

- \$A) Омилҳои иҷтимоӣ;
- \$B) Омилҳои маданӣ;
- \$C) Омилҳои руҳӣ;
- \$D) Омилҳои иқтисодӣ;
- \$E) Омилҳои фарҳангӣ;

**@55. Сабаб, қабул намудан, аз худкунии ва муносибат ба кадом омилҳои баҳодихии ба харидорон дохил мешавад?**

- \$A) Омилҳои руҳӣ;
- \$B) Омилҳои маданӣ;
- \$C) Омилҳои шахсӣ;

- \$D) Омилҳои иқтисодӣ;
- \$E) Омилҳои ғайрируҳӣ;

**@56.Вақте, ки корхона чанд намуди моли худро ба як бозор пешниҳод намояд кадом давраи ишғоли бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Маркетинги оммавӣ;
- \$B) Маркетинги корхона;
- \$C) Маркетинги молию фарқкунанда;
- \$D) Маркетинги аграрӣ;
- \$E) Маркетинги саноатӣ;

**@57.Вақте, ки фирма ҳар як намуди моли худро ба бозори гуногун пешниҳод намояд кадом давраи ишғоли бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Маркетинги молию фарқкунанда;
- \$B) Маркетинги оммавӣ;
- \$C) Маркетинги мақсаднок;
- \$D) Маркетинги аграрӣ;
- \$E) Маркетинги корхона;

**@58.Корхона як намуди моли худро ба тамоми бозор пешниҳод намояд кадом давраи ишғоли бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Маркетинги мақсаднок;
- \$B) Маркетинги оммавӣ;
- \$C) Маркетинги молию фарқкунанда;
- \$D) Маркетинги аграрӣ;
- \$E) Маркетинги маданӣ;

**@59.Ҷойкунии мол дар ҳар як тақсими бозор, коркарди маҷмӯаи маркетинг ба кадом намуди чорабини маркетинги мақсаднок дохил мешавад?**

- \$A) Ҷой ба ҷойкунии мол дар бозор;
- \$B) Интихоби сегменти мақсадноки бозор;
- \$C) Ба гуруҳҳо тақсим кардани бозор;
- \$D) Макромуҳити маркетинги;
- \$E) Микромуҳити маркетинги;

**@60.Молҳое, ки моддие истифодабарии чанкаратаро дар бар мегирад ба кадом гуруҳи молҳо дохил мешавад?**

- \$A) Молҳои истифодабарии дараозмуддат;
- \$B) Молҳои саноати;
- \$C) Молҳои истифодабарии кӯтоҳмуддат;
- \$D) Хизмат;
- \$E) Молҳои хоҷагӣ;

**@61. Молҳое, ки моддие, дар вақти истифодабарии яккарата ва чандбор намуди худро пурра гум мекунанд ба кадом гуруҳи молҳо дохил мешавад?**

- \$A) Молҳои истифодабарии кӯтоҳмуддат;
- \$B) Молҳои саноатӣ;
- \$C) Молҳои истифодабарии дараозмуддат;
- \$D) Хизмат;
- \$E) Молҳои оддӣ;

**@62. Ном, истелоҳ, нишона, рамз ва якҷоягӣ, ки барои идентификацияи молҳои як ва гуруҳи фурушандагон ва фарққардани моли онҳо аз моли рақибон чи мегуянд?**

- \$A) Тамға;
- \$B) Рақобат;
- \$C) Мол;
- \$D) Нишонаи моли;
- \$E) Ном;

**@63. Тамға ва ё як қисми ӯ, ки муҳофизати ҳуқуқи таъмин карда мешавад чи ном дорад?**

- \$A) Нишонаи молӣ;
- \$B) Рақобат;
- \$C) Мол;
- \$D) Тамға;
- \$E) Намуд;

**@64. Давраи инкишофёби мол ва баровардани ӯ ба фуруш кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи инкишофёбӣ ;
- \$B) Давраи тадбиқиёби ба бозор;
- \$C) Давраи камолат;
- \$D) Давраи таназзул;



\$E) Давраи баъди маркетингӣ;

**@65.Баландшавии фуруши моли нав кадом давраи тадбиқеби мол ба ҳисоб меравад?**

\$A) Давраи тадбиқеби ба бозор;

\$B) Давраи фуруш;

\$C) Давраи камолат;

\$D) Давраи таназзул;

\$E) Давраи маркетинг;

**@66.Давраи баромадани аз бозор ва сустшавии дараҷаи фуруш кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

\$A) Давраи таназзул;

\$B) Давраи тадбиқеби ба бозор;

\$C) Давраи инкишофёбӣ;

\$D) Давраи камолат;

\$E) Давраи нав;

**@67.Фурушандагон дар бозор ва харидорони як намуди мол бисёр ва онҳо ба ҳамдигар таъсир намерасонанд кадом намуди рақобат мебошад?**

\$A) Рақобати озод;

\$B) Рақобат надорад;

\$C) Рақобати олигополистӣ;

\$D) Монополия;

\$E) Рақобати номуайян;

**@68.Дар бозор фурушандагон ва харидорони як намуди мол бисёр ва онҳо хариду фуруш дар фосилаи байни нархҳои муайян гузаронида намешавад кадом намуди рақобат мебошад?**

\$A) Рақобат надорад;

\$B) Рақобати монополистӣ;

\$C) Рақобати олигополистӣ;

\$D) Монополия;

\$E) Рақобати комил;

**@69. Дар вақте, ки дар бозор қисми каме фурушандагон бошанд ва онҳо ба дигаршавии сиёсати нарх ҳассос бошанд кадом намуди рақобат мебошад?**

- \$A) Рақобати олигополистӣ;
- \$B) Рақобати монополистӣ;
- \$C) Рақобат надорад;
- \$D) Монополия;
- \$E) Рақобати муайян;

**@70. Дар вақте, ки дар бозор як фурушанда бошад кадом намуди рақобат мебошад?**

- \$A) Монополия;
- \$B) Рақобати монополистӣ;
- \$C) Рақобат надорад;
- \$D) Рақобати олигополистӣ;
- \$E) Рақобати номуайян;

**@71. Хароҷотҳое, ки новобаста аз миқдор ва ҳаҷми истеҳсоли мол тағйир меёбад кадом хароҷотҳоянд?**

- \$A) Хароҷотҳои тағйиребанда;
- \$B) Хароҷоти музди меҳнат;
- \$C) Хароҷоти андоз;
- \$D) Хароҷоти доимӣ;
- \$E) Хароҷоти мавсимӣ;

**@72. Хароҷотҳое, ки вобаста аз миқдор ва ҳаҷми истеҳсоли мол тағйир намеёбад кадом хароҷотҳоянд?**

- \$A) Хароҷотҳои доимӣ;
- \$B) Хароҷоти музди меҳнат;
- \$C) Хароҷоти тағйиребанда;
- \$D) Хароҷоти андоз;
- \$E) Хароҷотҳои номуайян;

**@73. Чамъ овардани маълумоте, ки барои банақшагирии ва мубодила лозим аст кадом функцияи канали тақсимооти мол мебошад?**

- \$A) Корҳои тадқиқотӣ;
- \$B) Мутобиқшавии мол;
- \$C) Муқарраркунии ҳамкорӣ;

- \$D) Ҳавасманкунии фуруш;
- \$E) Харочотҳои андоз;

**@74.Ташкил ва паҳннамудани алоқаҳои намоиш оид ба мол кадом функцияи канали тақсими мол мебошад?**

- \$A) Ҳавасманкунии фуруш;
- \$B) Мутобиқшавии мол;
- \$C) Муқарраркунии ҳамкорӣ;
- \$D) Корҳои тадқиқотӣ;
- \$E) Корҳои илмӣ;

**@75.Мувофиқкунии мол ба талаботи харидорон кадом функцияи канали тақсими мол мебошад?**

- \$A) Мутобиқшавии мол;
- \$B) Гузаронидани гуфтугузор;
- \$C) Ҳавасманкунии фуруш;
- \$D) Корҳои тадқиқотӣ;
- \$E) Корҳои фаҳмондадиҳӣ;

**@76.Кӯшиши мутобиқаи нарх ва дигар шартҳо барои баҷоории амали додани амвол кадом функцияи канали тақсими мол мебошад?**

- \$A) Гузаронидани гуфтугузор;
- \$B) Муқарраркунии ҳамкорӣ;
- \$C) Ҳавасманкунии фуруш;
- \$D) Корҳои тадқиқотӣ;
- \$E) Навъи маркетинг;

**@77.Шакли пардохташудаи додани маълумот дар бораи мол аз тарафи дигаре ба мақсади ҳавасмандкунии фуруш ин чи мебошад?**

- \$A) Реклама;
- \$B) Ҳавасманкунии фуруш;
- \$C) Фуруши шахсӣ;
- \$D) Фуруши мол;
- \$E) Маркетинг;

**@78.Дарк кардани норасои ягон чиз ин?**

- \$A) Муҳтоҷӣ;
- \$B) Талабот;

- \$C) Мубодила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Пул;

**@79.Муҳтоҷие, ки ба сатҳи маданӣ ва шахсияти инсон вобасатагӣ дорад ин?**

- \$A) Талабот;
- \$B) Зарурат;
- \$C) Мубодила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Маркетинг;

**@80.Талаботе, ки ба қобилияти харидорӣ мустаҳкам карда мешавад ин?**

- \$A) Зарурат;
- \$B) Муҳтоҷӣ;
- \$C) Мубодила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Маркетолог;

**@81.Ҳама он чизе, ки ба бозор барои фуруш, истеъмол ва ҷалби харидор бароварда мешавад ин?**

- \$A) Мол;
- \$B) Талабот;
- \$C) Мубодила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Маблағ;

**@82.Амалиёти гирифтани объекти хоҳиш аз касе ва пешниҳоди чизи дигаре ба ӯ ин?**

- \$A) Мубодила;
- \$B) Талабот;
- \$C) Муомила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Номуайяни;

**@83.Мубодилаи тижоратии қимматҳои баробардоштаи байни ду тараф ин?**

- \$A) Муомила;

- \$B) Талабот;
- \$C) Мубодила;
- \$D) Бозор;
- \$E) Пул;

**@84. Дар ҳолати, ки дар бозор бисёри харидорон баъзе молҳои пешниҳодшударо харида нагиранд кадом намуди талабот мебошад?**

- \$A) Талаботи манфӣ;
- \$B) Талаботи пинҳонӣ;
- \$C) Талаботи пастрарфта истода;
- \$D) Талаботи номунтазам;
- \$E) Талаботи маҷбурӣ;

**@85. Дар ҳолате, ки харидорони мақсаднок барои харидани баъзе молҳо ҳавасманд нестанд ва бемасъулиятона рафтор мекунанд кадом намуди талабот мебошад?**

- \$A) Набудани талабот;
- \$B) Талаботи манфӣ;
- \$C) Талаботи пастрарфта истода;
- \$D) Талаботи номунтазам;
- \$E) Талаботи мунтазам;

**@86. Дар ҳолате, ки Бисёри аз истеъмолкунандагон ба молҳои дар бозор мавҷудбуда қонеъ нашудани талаботи худро ҳис кунанд кадом намуди талабот мебошад?**

- \$A) Талаботи пинҳонӣ;
- \$B) Набудани талабот;
- \$C) Талаботи пастрарфта истода;
- \$D) Талаботи номунтазам;
- \$E) Талаботи ғайримунтазам;

**@87. Дар ҳолате, ки фурӯши молҳои баъзе корхонаҳо (фирмаҳо) ба вақт, давра вобастагӣ дорад ва руз ба руз талабот кам мешавад кадом намуди талабот мебошад?**

- \$A) Талаботи пастрарфта истода;
- \$B) Набудани талабот;
- \$C) Талаботи пинҳонӣ;
- \$D) Талаботи номунтазам;

\$E) Талаботи ошкор;

**@88. Дар ҳолате, ки талабот ба баъзе молҳо номунтазаманд ва як хел нест кадом намуди талабот мебошад?**

\$A) Талаботи номунтазам;

\$B) Набудани талабот;

\$C) Талаботи пинҳонӣ;

\$D) Талаботи пастрафта истода;

\$E) Навъи маркетинг;

**@89. Вақте, ки фирма ҳар як намуди моли худро ба бозори гуногун пешниҳод намояд кадом давраи ишғоли бозор ба ҳисоб меравад?**

\$A) Маркетинги молию фарқкунанда;

\$B) Маркетинги оммавӣ;

\$C) Маркетинги мақсаднок;

\$D) Маркетинги аграрӣ;

\$E) Маркетинги саноатӣ;

**@90. Корхона як намуди моли худро ба тамоми бозор пешниҳод намояд кадом давраи ишғоли бозор ба ҳисоб меравад?**

\$A) Маркетинги мақсаднок;

\$B) Маркетинги оммавӣ;

\$C) Маркетинги молию фарқкунанда;

\$D) Маркетинги аграрӣ;

\$E) Маркетинги иҷтимоӣ;

**@91. Чойкунии мол дар ҳар як тақсимоти бозор, коркарди маҷмӯаи маркетинг ба кадом намуди чорабини маркетинги мақсаднок дохил мешавад?**

\$A) Чой ба чойкунии мол дар бозор;

\$B) Интиҳоби сегментҳои мақсадноки бозор;

\$C) Ба гуруҳҳо тақсим кардани бозор;

\$D) Макромухити маркетингӣ;

\$E) Молҳои истифодабарии дарзозуддат;

**@92. Молҳое, ки моддие истифодабарии чанкаратаро дар бар мегирад ба кадом гуруҳи молҳо дохил мешавад?**

\$A) Молҳои истифодабарии дарзозуддат;

- \$B) Молҳои кишоварзӣ;
- \$C) Молҳои саноатӣ;
- \$D) Хизмат;
- \$E) Аломатҳо;

**@93. Молҳое, ки моддие, дар вақти истифодабарии яккарата ва чандбор намуди худро пурра гум мекунанд ба кадом ғуруҳи молҳо дохил мешавад?**

- \$A) Молҳои истифодабарии кӯтоҳмӯддат;
- \$B) Молҳои саноатӣ;
- \$C) Молҳои истифодабарии дарозмӯддат;
- \$D) Хизмат;
- \$E) Хизматрасониҳо;

**@94. Ном, истелоҳ, нишона, рамз ва якҷоягӣ, ки барои идентификацияи молҳои як ва ғуруҳи фурушандагон ва фарққардани моли онҳо аз моли рақибон чи мегуянд?**

- \$A) Тамға;
- \$B) Рақобат;
- \$C) Мол;
- \$D) Нишонаи молӣ;
- \$E) Пул;

**@95. Тамға ва ё як қисми ӯ , ки муҳофизати ҳуқуқи таъмин карда мешавад чи ном дорад?**

- \$A) Нишонаи молӣ;
- \$B) Рақобат;
- \$C) Мол;
- \$D) Тамға;
- \$E) Маркетинг;

**@96. Давраи инкишофёби мол ва баровардани ӯ ба фуруш кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи инкишофёбӣ;
- \$B) Давраи тадбиқёби ба бозор;
- \$C) Давраи камолат;
- \$D) Давраи таназзул;
- \$E) Давраи номуайян;

**@97.Баландшавии фуруши моли нав кадом давраи тадбиқеби мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи тадбиқеби ба бозор;
- \$B) Давраи фуруш;
- \$C) Давраи камолот;
- \$D) Давраи таназзул;
- \$E) Давраи маркетинг;

**@98.Давраи баромадани аз бозор ва сустшавии дараҷаи фуруш кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи таназзул;
- \$B) Давраи тадбиқиёби ба бозор;
- \$C) Давраи инкишофеби;
- \$D) Давраи камолат;
- \$E) Давраи маркетинг;

**@99.Фурушандагон дар бозор ва харидорони як намуди мол бисёр ва онҳо ба ҳамдигар таъсир намерасонанд кадом намуди рақобат мебошад?**

- \$A) Рақобати озод;
- \$B) Рақобати монополистӣ;
- \$C) Рақобати олигополистӣ;
- \$D) Монополия;
- \$E) Олигополия;

**@100.Дар бозор фурушандагон ва харидорони як намуди мол бисёр ва онҳо хариду фуруш дар фосилаи байни нархҳои муайян гузаронида намешавад кадом намуди рақобат мебошад?**

- \$A) Рақобат надорад;
- \$B) Рақобати монополисти;
- \$C) Рақобати олигополистӣ;
- \$D) Монополия;
- \$E) Олигополия;

**@101.Ба минтақа, шаҳр, ноҳия аз рӯи кадом намуди принципи ба гуруҳҳо тақсим намудани бозор ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Чуғрофӣ;



- \$B) Психографӣ;
- \$C) Рафтор;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Сиёси;

**@102. Ду ширкат як намуди молро истеҳсолкунад ва ба як бозор пешниҳод намоя чи номида мешавад?**

- \$A) Рақибон;
- \$B) Миёнаравҳои маркетингӣ;
- \$C) Харидорон;
- \$D) Гуруҳи алоқа;
- \$E) Маркетологон;

**@103. Дарачаи имкониятҳои харидори аҳоли вобастаги дорад кадом омили муҳити беруни мебошад?**

- \$A) Демографӣ;
- \$B) Табиӣ;
- \$C) Илми техникӣ;
- \$D) Маданӣ;
- \$E) Фарҳангӣ;

**@104. Ба миёнаравҳои савдо кӣҳо дохил мешаван?**

- \$A) Фурӯшандагони чакана, Фурӯшандагони яклухт;
- \$B) Интиҳоби сегментҳои мақсадноки бозор;
- \$C) Ҷой ба ҷойкунии мол дар бозор;
- \$D) Макромӯҳити маркетингӣ;
- \$E) Микромӯҳити маркетингӣ;

**@105. Ба миёнаравҳои агентӣ (вакил) кӣҳо дохил мешаван?**

- \$A) Брокерҳо, коммисионерҳо;
- \$B) Интиҳоби сегментҳои мақсадноки бозор;
- \$C) Ба гуруҳҳо тақсим кардани бозор;
- \$D) Мол дар бозор;
- \$E) Агентҳо;

**@106. Фоидаи асосии мол ва ё хизмат кадом сатҳи истеҳсоли мол мебошад?**

- \$A) Мол аз рӯи ақида;

- \$B) Моли ҳарруза;
- \$C) Мол бо тасдиқ;
- \$D) Моли саноатӣ;
- \$E) Моли талаботи ҳарруза;

**@107.Кафолат, хизматрасони бадифуруши, пешниҳоди қарз кадом сатҳи истеҳсоли мол мебошад?**

- \$A) Мол бо тасдиқ;
- \$B) Моли ҳарруза;
- \$C) Мол дар иҷрои ҳақиқӣ;
- \$D) Моли саноатӣ;
- \$E) Моли тиҷоратӣ;

**@108.Баландшавии фуруши моли нав кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи камолат;
- \$B) Давраи тадбиқиёби ба бозор;
- \$C) Давраи инкишофёби;
- \$D) Давраи таназзул;
- \$E) Давраи сустшавӣ;

**@109.Сустшавии дараҷаи фуруш ва давраи баромадани аз бозор кадом давраи ҳаёти мол ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Давраи таназзул;
- \$B) Давраи тадбиқиёби ба бозор;
- \$C) Давраи инкишофёби;
- \$D) Давраи камолат;
- \$E) Давраи олий;

**@110.Чустучу ва истифодабарии чораҳо барои рӯпӯш намудани ҳарҷотҳои каналҳо кадом функцияи канали тақсимоти мол ин?**

- \$A) Маблағгузорӣ;
- \$B) Ташкили ҳаракати мол;
- \$C) Қабули ҳавф;
- \$D) Корҳои тадқиқоти;
- \$E) Давраи номуайян;

**@111.Ба мурочиат рамзи махсус гузоштан ин?**

- \$A) Ба рамз дарорӣ;
- \$B) Рамзкушой;
- \$C) Гиранда;
- \$D) Ирсолкунанда;
- \$E) Қабулкунанда;

**@112. Фаъолияти инсоние, ки барои қонеъ намудани муҳтоҷи ва талабот равона карда шудааст ин чист?**

- \$A) Маркетинг;
- \$B) Бозор;
- \$C) Макромухит;
- \$D) Сиёсат;
- \$E) Иҷтимоиёт;

**@113. Ба таври кӯтоҳ маркетинг чист?**

- \$A) Идоракунии тақозо;
- \$B) Идоракунии арзиш;
- \$C) Идоракунии пешниҳодот;
- \$D) Идоракунии нарх;
- \$E) Идоракунии одам;

**@114. Асоси иқтисодии маркетингро чӣ ташкил мекунад?**

- \$A) Бозор;
- \$B) Мол;
- \$C) Тақозо;
- \$D) Нарх;
- \$E) Андоз;

**@115. Маркетинг кай пайдо шуд?**

- \$A) Соли 50уми асри хх;
- \$B) Соли 30уми асри хх;
- \$C) Соли 60уми асри хх;
- \$D) Соли 40уми асри хх;
- \$E) Соли 80уми асри хх;

**@116. Фалсафаи маркетинг чӣ маъно дорад?**

- \$A) Сараввал тақозои истеъмогарон ошкор карда шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

\$B) Сараввал тақозои миёнаравҳо муайян карда шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

\$C) Сараввал тақозои таҳвилгарон ошкор карда шуда, мол истеҳсол карда мешавад;

\$D) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;

\$E) Вобаста ба соҳаи истеҳсолӣ;

**@117.«Талаботро ёфта онро қонеъ гардонед!» чист?**

\$A) Шиори маркетинг;

\$B) Усули маркетинг;

\$C) Афкори маркетинг;

\$D) Ақидаи маркетинг;

\$E) Навъи маркетинг;

**@ 118.«Моле истеҳсол кард, ки онро бихаранд» чист?**

\$A) Шиори маркетинг;

\$B) Ақидаи маркетинг;

\$C) Афкори маркетинг;

\$D) Усули маркетинг;

\$E) Навъи маркетинг;

**@ 119.«Мизоҷонро бояд дўст дошт, на моли худро» чист?**

\$A) Шиори маркетинг;

\$B) Афкори маркетинг;

\$C) Усули маркетинг;

\$D) Гирифтани фоида ба воситаи мукамалгардони хусусиятҳои истеъмолии молҳо;

\$E) Навъи маркетинг;

**@120.Маҷмӯи қувваҳо ва субъектҳои фаъоли берун аз ҳудуди ширкат амалкунандаи ба имконияти роҳбарии умури маркетинг таъсиррасонанда, чиро ифода мекунад?**

\$A) Муҳити макетингии ширкат;

\$B) Симои тавлидотии ширкат;

\$C) Самти тиҷоратии ширкат;

\$D) Мавқеи маркетингии ширкат;

\$E) Навъи маркетинг;

**@121.Чӣ гуна бозорро бозори харидор меноманд?**

- \$A) Бозори ғанӣ;
- \$B) Бозори камёб;
- \$C) Бозори танзимшаванда;
- \$D) Бозори озод;
- \$E) Бозори минтақавӣ;

**@122.Чӣ гуна бозорро бозори фурӯшанда меноманд?**

- \$A) Бозори камёб;
- \$B) Бозори ғанӣ;
- \$C) Бозори танзимшаванда;
- \$D) Бозори озод;
- \$E) Бозори минтақавӣ;

**@123. Бозори мувозинатӣ кадом аст?**

- \$A) Пешниҳодот (таклифот)  $\approx$  тақозо;
- \$B) Пешниҳодот (таклифот)  $>$  тақозо;
- \$C) Пешниҳодот (таклифот)  $<$  тақозо;
- \$D) Пешниҳодот (таклифот)  $=$  тақозо;
- \$E) Пешниҳодот (таклифот) / тақозо;

**@124.Бозори фурӯшанда кадом аст?**

- \$A) Пешниҳодот (таклифот)  $<$  тақозо;
- \$B) Пешниҳодот (таклифот)  $>$  тақозо;
- \$C) Пешниҳодот (таклифот)  $=$  тақозо;
- \$D) Пешниҳодот (таклифот)  $\approx$  тақозо;
- \$E) Пешниҳодот (таклифот) / тақозо;

**@125.адабиёти иқтисодӣ зиёда аз чанд таърифи мафҳуми маркетинг дида мешавад?**

- \$A) Ду ҳазор;
- \$B) Як ҳазор;
- \$C) Се ҳазор;
- \$D) Чор ҳазор;
- \$E) Даҳ ҳазор;

**@126.Таърифи «Маркетинг ин пешбинӣ, идоракунӣ ва қонёъ намудани талабот ба молҳо, хизматрасонӣ, ташкилот, одамон, ҳудуд ва идея тавассути мубодила»ро кадом олим пешниҳод кардааст?**

- \$A) Ч.Р.Эваннс;
- \$B) Р.Б.Ноздрева;
- \$C) Ф.Котлер;
- \$D) Б.Наврўззода;
- \$E) Арасту;

**@127.Маркетингин ақидаи идоракуни, хоҷагидорӣ дар шароити бозор буда, тобеъ қунонидани истехсоли молҳоро бо тақозои мушаххас талаб мекунад» Ин таърифро кадом олим навиштааст?**

- \$A) Е.Голубков;
- \$B) Р.Б.Ноздрева;
- \$C) Б.Наврўззода;
- \$D) Г.Б. Абрамишвили;
- \$E) Афлотун;

**@128.Чунин таъриф: «Маркетинг маҷмӯи фаъолияти соҳибкорӣ перомуни офариниши мол, муқарраркунии нарх, ташкили тиҷорат, рекламнигорӣ ва ҳавасмандкунии хариду фурӯш пайваста бо бозор» ро кадом олим тақлиф намудааст?**

- \$A) Б.Наврўззода;
- \$B) Г.Т.Абрамишвили;
- \$C) Р.Б. Ноздрева;
- \$D) Е.Голубков;
- \$E) Суқрот;

**@129.Чунин таъриф: «Маркетинг яке аз намудҳои фаъолияти инсон буда, ба воситаи мубодила ба қонеъ намудани эҳтиёҷоту талаботи одамон равона карда мешавад» аз тарафи кадом олим дода шудааст?**

- \$A) Ф.Котлер;
- \$B) Ч.Р. Эванс ;
- \$C) Р.Б.Ноздрева;
- \$D) Г.Т. Абрамишвили;
- \$E) И. В. Ленин;

**@130.Таърифи: «Маркетинг ин фалсафаи ба худ хоси пеш бурдани фаъолияти соҳибкорӣ мебошад» ро кадом олим пешниҳод намудааст?**

- \$A) Г.Т. Абрамишвили;
- \$B) Ч.Р. Эванс;

- \$C) Ф.Котлер;
- \$D) Р.Б.Ноздрова;
- \$E) Ғ.Н. Саъдуллоев;

**@ 131.«Маркетинг ақидаи бозории идорақунии истеҳсол, фурӯш ва фаъолияти илмӣ техникий ширкатҳо ва корхонаҳо мебошад» Ин таърифро кадом олим додааст?**

- \$A) Р.Б.Ноздрова;
- \$B) Ҷ.Р. Эванс ;
- \$C) Ф.Котлер;
- \$D) Г.Т. Абрамишвили;
- \$E) Д.Р. Шарипов;

**@132.Такмили истеҳсолот ва такмили мол, чист?**

- \$A) Ақидаҳои маркетинг;
- \$B) Ҳадафҳои маркетинг;
- \$C) Вазифаҳои маркетинг;
- \$D) Ҷузъиёти маркетинг ;
- \$E) Навъи маркетинг;

**@133.Гирифтани фоида аз ҳисоби афзоиши ҳаҷми фурӯш бо воситаи такмили истеҳсолот ва сарфаи хароҷот мақсади кадом ақидаи маркетинг мебошад?**

- \$A) Ақидаи такмили истеҳсолотӣ;
- \$B) Ақидаи маркетинги анъанавӣ;
- \$C) Ақидаи фурӯшӣ;
- \$D) Ақидаи такмили молӣ;
- \$E) Навъи маркетинг;

**@134.Гирифтани фоида аз ҳисоби афзоиши ҳаҷми фурӯш бо воситаи ҷидду ҷаҳди тижоратӣ ва ҳавасмандгардонии харидор мақсади кадом ақидаи маркетинг мебошад?**

- \$A) Ақидаи фурӯш;
- \$B) Такмили истеҳсолот;
- \$C) Такмили мол;
- \$D) Маркетинги анъанавӣ;
- \$E) Навъи маркетинг;

**@135.Ақидаи фурӯш ба кадом солҳо рост меояд?**

- \$A) 1931 - 1950;
- \$B) 1921-1930;
- \$C) 1860-1920;
- \$D) 1951-1980;
- \$E) 1999-2009;

**@136.Ақидаи маркетинги муқаррарӣ (анъанавӣ) ба кадом солҳо рост меояд?**

- \$A) 1951-1980;
- \$B) 1921-1930;
- \$C) 1931-1950;
- \$D) 1860-1920;
- \$E) 1999-2009;

**@137.Нахустқоидаи маркетинг?**

- \$A) Созгорӣ;
- \$B) Иттилотӣ;
- \$C) Тарҳрезӣ;
- \$D) Навоварӣ;
- \$E) Истеҳсоли;

**@138.Аз рӯи кадом аломати таснифӣ ремаркетинг ҷудо карда мешавад?**

- \$A) Вобаста ба тақозо;
- \$B) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;
- \$C) Вобаста ба миқёс;
- \$D) Вобаста ба ояндабинӣ;
- \$E) Вобаста ба пул;

**@139.Кам намудан ё тамоман барҳам додани талаботи нооқилона ҳадафи кадом намуди маркетинг мебошад?**

- \$A) Муҳолифӣ;
- \$B) Сустрардон;
- \$C) Ривочдеҳ;
- \$D) Ҳамоҳангсоз;
- \$E) Маблағгузор;

**@140.Вобаста ба ояндабинӣ кадом намудҳои маркетинг вучуд дорад?**



- \$A) Муосир ва стратегӣ;
- \$B) Интегратсионӣ ва инноватсионӣ;
- \$C) Бевосита ва стратегӣ;
- \$D) Менечерӣ ва бихейвористӣ;
- \$E) Навъҳои маркетинг;

**@141.Ремаркетинг чист?**

- \$A) Ҷонноккунии тақозо;
- \$B) Сусткунии тақозо;
- \$C) Ривочдиҳии тақозо;
- \$D) Нигоҳдории тақозо;
- \$E) Набудани тақозо;

**@142.Равияи маркетинг, ки мазмуни омӯзиши паҳлӯи психологии рафтори истеъмолгарон дар ҷараёни интиҳоб ва хариди мол, ошкоркунии сабабҳои харид ва афзалдонистани ин ё он маҳсулоти таъминоти як хела доштаро мадди назар дорад чӣ номида мешавад?**

- \$A) Бихейворизм;
- \$B) Метамаркетинг;
- \$C) Консюмеризм;
- \$D) Маркетинги иҷтимоӣ;
- \$E) Маркетинги сиёсӣ;

**@143.Демаркетинг чист?**

- \$A) Сусткунии тақозо ;
- \$B) Ҷонноккунии тақозо;
- \$C) Нигоҳдории тақозо;
- \$D) Ривочдиҳии тақозо;
- \$E) Маркетинги иҷтимоӣ;

**@144.Метамаркетинг чист?**

- \$A) Ин маркетингро дар сатҳи сохтори ғайритиҷоратии иқтисоди бозорӣ ифода мекунад;
- \$B) Ин маркетингро дар сатҳи сохтори тиҷоратии иқтисоди бозорӣ ифода мекунад;
- \$C) Ин равияи маркетинг оид ба тадқиқоти миқдорӣ ва сифатии тақозои бозорӣ мебошад;

- \$D) Ин равияи маркетинг оид ба омӯзиши паҳлуҳои психологии рафтори харидорон мебошад;
- \$E) Маҷмуи қувваҳои фаъоле, ки ба имконитҳои истехсолии фирма таъсир мерасонанд;

**@145.Муҳити маркетинги фирма ин?**

- \$A) Маҷмуи қувваҳои фаъоле, ки берун аз фирма фаъолият намуда ба имконотҳои роҳбарияти маркетинги таъсир мерасонад;
- \$B) Маҷмуи қувваҳои фаъоле, ки ба имконитҳои истехсолии фирма таъсир мерасонанд;
- \$C) Маҷмуи қувваҳои фаъоле, ки ба кормандони фирма таъсир мерасонанд;
- \$D) Маҷмуи қувваҳои фаъоле, ки ба имконотҳои молиявии ташкилот таъсир мерасонад;
- \$E) Ин равияи маркетинг оид ба омӯзиши паҳлуҳои психологии рафтори харидорон мебошад;

**@146.Харидорони берунмарзии давлат ин?**

- \$A) Бозори баиналҳалқи;
- \$B) Бозори молияви;
- \$C) Бозори дохили;
- \$D) Бозори махали;
- \$E) Бозори сарватмандон;

**@147.Фираҳои махсус оиди ташкили ҳаракати мол?**

- \$A) Фирмаҳое, ки барои захиракуни ва кашонидани мол кумак мекунанд;
- \$B) Ташкилотҳои татқиқотбарии маркетинги;
- \$C) Ширкатҳои тиҷорати;
- \$D) Агентҳои ҳадамоти маркетинги;
- \$E) Агентҳои махфӣ;

**@148.Ташкилотҳое, ки молро бо мақсади истехсол харидори мекунанд?**

- \$A) Бозори истехсоли;
- \$B) Бозори миёнарави;
- \$C) Бозори молияви;
- \$D) Бозори байналҳалқи;
- \$E) Бозори сарватмандон;

**@149.Дилхоҳ фаъолият оиди фуруши мол бевосита ба истеъмолкунандаи нисоии барои ситифолаи шахсиаш ин?**

- \$A) Савдои чакана;
- \$B) Маркетинги тиҷорати;
- \$C) Савдои яклухт;
- \$D) Савдои байналхалки;
- \$E) Савдои номуайян;

**@150. Дигаргуншавии рафтори харидорон вобастаги дорад аз?**

- \$A) Сифат, нарх ва молҳои нав;
- \$B) Муносибати фурушанда;
- \$C) Реклама;
- \$D) Борҷомаи мол;
- \$E) Намуди мол;

**@151. Муайян кардани сатҳи таъсиррасонии омилҳои гуногун ба талабот ва пешниҳодот?**

- \$A) Вазифаи тадқиқотбарии маркетинг;
- \$B) Вазифаи менечерон;
- \$C) Мақсади маркетингологҳои ширкат;
- \$D) Вазифаи реклама;
- \$E) Вазифаи бозор;

**@152. Намуди пурсишномаи маркетингин?**

- \$A) Анкетаи мусохибаи шахси, телефони, панели;
- \$B) Анкетаи мусохибаи кори;
- \$C) Анкетаи мусохибаи коллективи;
- \$D) Анкетаи соҳибкори тиҷоратӣ;
- \$E) Анкетаи гуногун;

**@153. Ба навъҳоҷудо кунӣ, анборкунӣ, ниголдори ва нақлиёткунӣ ин?**

- \$A) Вазифаи логистика;
- \$B) Принсипҳои маркетинг;
- \$C) Вазифаи маркетинг;
- \$D) Вазифаи реклама;
- \$E) Вазифаи иқтисодиёт;

**@154. Намудҳои барномаҳои маркетинг кадомҳоянд?**

- \$A) Одди, мухталиф, мақсаднок;
- \$B) Қутоҳмуддат ва дарозмуддат;

- \$C) Умуми ва меъёри;
- \$D) Пушида ва кушода;
- \$E) Махфӣ ва аён;

**@155.Ахбори дохили ва беруни ин?**

- \$A) Намудҳои ахбор;
- \$B) Мақсадҳои асосии ахбор;
- \$C) Вазифаи тадқиқотбарии маркетинг;
- \$D) Низоми маркетинг;
- \$E) Навъҳои маркетинг;

**@156.Муомилаи тиҷоратии байни ду тараф ин?**

- \$A) Мубодила;
- \$B) Савдои биржавӣ;
- \$C) Бозор;
- \$D) Созиш;
- \$E) Пул;

**@157.Нархгузори ин?**

- \$A) Категорияи иқтисоди;
- \$B) Қараёни муаянкунии нархи мол;
- \$C) Ба бозор пешниҳод намудани мол;
- \$D) Фаъолият оиди гузориш ва муаянкунии нархи мол;
- \$E) Қараёни номуайяни маркетинг;

**@158.Агенти харид ин?**

- \$A) Мутахассиси варзидаи хариди молҳо;
- \$B) Маҷмуи одамон ва ташкилотҳо;
- \$C) Тоҷир;
- \$D) Соҳибкорон;
- \$E) Бизнесмен;

**@159.Сатҳи болоии нархро чи муаян мекунад?**

- \$A) Дархост дар бозор;
- \$B) Арзиши аслии мол;
- \$C) Харочоти истехсоли мол;
- \$D) Нархи моли рақибон;
- \$E) Қурби асъори хориҷӣ;

**@160.Воридшавии мол ба бозор, болорави, камолот ва таназул ин?**

- \$A) Сикли хаётии мол;
- \$B) Давраи бунёди мол;
- \$C) Давраи воридшавии мол;
- \$D) Давраи истехсоли мол;
- \$E) Давраи маркетинги;

**@161.Силсилаи хаётии мол аз чунин давраҳо иборат аст?**

- \$A) Ворид, таракиёт, рушд, пастрави;
- \$B) Коркард, ворид, навкуни, гирифташ;
- \$C) Тадкикот, коркард, бунёд ва ворид;
- \$D) Воридшави, коркард, навкуни;
- \$E) Тадкикот, коркард, ва ворид;

**@162.Фаъолияте, ки ба ҷудокуни гуруҳҳои алоҳидаи харидорон аз бозори умуми равона карда шудааст чунин номида мешавад?**

- \$A) Сегментатсия;
- \$B) Банакшагири;
- \$C) Тадкикот;
- \$D) Сохибқори;
- \$E) Маркетинг;

**@163.Чанд то концепсияи маркетинг мавҷуд аст?**

- \$A) Панҷто;
- \$B) Чорто;
- \$C) Сето;
- \$D) Шашто;
- \$E) Ҳаштто;

**@164.Назарномамуд яке аз хусусиятҳои?**

- \$A) Мол;
- \$B) Тиҷорат;
- \$C)Ҳадамот;
- \$D) Маркетолог;
- \$E) Маркетинг;

**@165.Принсипи демографияи ин?**

- \$A) Чудокуни аз руи аломати мансубият;
- \$B) Чудокуни ба вохидҳои ҷуғрофи;
- \$C) Чудокунии рафтори харидорон;
- \$D) Чудокуни дар асоси нишондихандаҳои демографи;
- \$E) Чудокуни дар асоси нишондихандаҳои иҷтимоӣ;

**@166.Принсипҳои асосии банду басти бозор ин?**

- \$A). Ҷуғрофи, демографи, психографи;
- \$B) Якарохбарӣ, ҳукмфармо, маъмури;
- \$C) Бозорӣ, моли, модди;
- \$D) Шахси, коллективи;
- \$E) Хусусӣ, оммавӣ;

**@167.Аз манбаъи Чудонашаванда яке аз хусусиятҳои?**

- \$A) Борҷома;
- \$B) Молҳои талаботи харруза;
- \$C) Маркетинг;
- \$D) Маркетинги байналхалқӣ;
- \$E) Навъи мол;

**@168.Хароҷотҳои ташкилотро дар маҷмуъи чудо мекунанд?**

- \$A) Доими ва тағирёбанда;
- \$B) Мавсими ва гайримавсими;
- \$C) Молиявӣ ва моли;
- \$D) Муваққати ва доими;
- \$E) Молҳои талаботи харруза;

**@169.Сифати номуратаб яке аз хусусиятҳои?**

- \$A) Моли истехсоли;
- \$B) Моли Чисми;
- \$C) Бозор;
- \$D) Маркетинг;
- \$E) Сегментатсия;

**@170.Маълумотҳо авалин ин ахбороте, ки?**

- \$A) Нахустин бор ҷамъовари мешавад;
- \$B) Алақай мавҷуданд;
- \$C) Ҷамъоваришуда истодаанд;

- \$D) Пеш мавчуд буданд;
- \$E) Охирон бор чамъовари мешаванд;

**@171. Маълумотҳои дуҷумин барои татқиқотбаранда ин ахборотхое, ки.**

- \$A) У чамъовари мекунад;
- \$B) Алақай мавчуданд;
- \$C) Чамъовари шуда истодаанд;
- \$D) Дигар ташкилотҳо Чамъоваримекунанд;
- \$E) Пеш мавчуд буданд;

**@172.Татқиқотбарии маркетинги аз чанд марҳила иборат аст.**

- \$A) Аз 5;
- \$B) Аз 8;
- \$C) Аз 15;
- \$D) Аз 10;
- \$E) Аз 12;

**@173.Рекламаи маълумотдиҳанда дар кодом давраи силсилаи ҳаётии мол муфид аст.**

- \$A) Воридшавӣ;
- \$B) Сабзиш;
- \$C) Камолот;
- \$D) Таназул;
- \$E) Номуайян;

**@174.Маблағи пулие, ки истеъмолкунанда барои сохибшудани мол пардорхт мекунад ин.**

- \$A) Нарх;
- \$B) Хароҷот;
- \$C) Арзиши асли;
- \$D) Тиҷорат;
- \$E) Маркетинг;

**@175.Гузариши маълумоти сӯроҳӣ ба нарҳии ба мақсад мувофиқ ба кадом вазифаи маркетинг дахл дорад?**

- \$A) Фуруш;
- \$B) Муайян намудани бозори мақсаднок;
- \$C) Нархгузорӣ, сегментатсия, тадқиқоти маркетингӣ;

- \$D) Коркарди мол, борчома намудани мол;
- \$E) Мол, нарх, фурӯш, ҳуқуқӣ;

**@176.Ташкили низоми робитаҳо дар корхона ба кадом вазифаи маркетинг дахл дорад?**

- \$A) Идора ва назорат;
- \$B) Вобаста ба сохтори ақидаи маркетинг;
- \$C) Вобаста ба ояндабинӣ;
- \$D) Вобаста ба гирифтани фоида;
- \$E) Вобаста ба миқёс;

**@177.Аз рӯи кадом аломати таснифӣ маркетинги ривочдеҳ чундо карда мешавад?**

- \$A) Вобаста ба ояндабинӣ;
- \$B) Мол, нарх, фурӯш, ҳуқуқӣ;
- \$C) Молтаҳвилгарон, миёнаравон, истеъмолгарон, рақибон, гурӯҳи робитавӣ;
- \$D) Ҳавасмандгардонӣ, хизматрасонӣ, имтиёзҳои нархӣ;
- \$E) Сиёсӣ, фарҳангӣ, демографӣ, ҳуқуқ;

**@178.Ақидаи маркетинг, ки имконияти ҳамроҳангсозии манфиатҳои шахсӣ, коллективӣ ва ҷамъиятиро дар худ таҷассум кардааст кадом шакли макромаркетинг мебошад?**

- \$A) Метамаркетинг;
- \$B) Бозори маҳаллӣ, дохилӣ, миллӣ;
- \$C) Бозори фурӯшанда, харидор, мувозинатӣ;
- \$D) Бозори молҳо, хизматрасонӣ;
- \$E) Бозори пӯшида, озод, танзимшаванда;

**@179.Тамсилаи рафтори истеъмолгарони охири кадом марҳилаҳоро дар бар мегирад?**

- \$A) Бароҳатӣ, баҳузурӣ, бедардӣ, беҳавфӣ;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;
- \$D) Таъсиррасонанда;
- \$E) Харидор;



**@180.Ҳамоҳангии пешниҳоду тақозо ба воситаи кадом фишанг таъмин карда мешавад?**

- \$A) Нарх;
- \$B) Муайян намудани вазъ, миқёс ва ҳиссаи бозор;
- \$C) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва ба бандҳо ҷудо кардани бозор;
- \$D) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва маскани бозор;
- \$E) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва миқёси бозор;

**@181.Сатҳи тақозои бозорӣ асоси ташаққули кадом ҳадди нархи бозорӣ мебошад?**

- \$A) Ҳадди болоӣ;
- \$B) Банду басти қабли;
- \$C) Микробанду баст;
- \$D) Макробанду баст;
- \$E) Банду басти амиқ;

**@182.Навоварии мол ба кадом паҳлӯи маркетингии он мансубият дорад?**

- \$A) Симои тавлидотӣ;
- \$B) Аз рӯи миқёси мавқеи муомилоти мол;
- \$C) Аз рӯи хосияти мол;
- \$D) Аз рӯи хусусияти муносибати фурӯшанда ва харидор;
- \$E) Аз рӯи мавқеи унсурҳои бозор;

**@183.Аломати мол ба кадом паҳлӯи маркетингии он мансубият дорад?**

- \$A) Симои тавлидотӣ;
- \$B) Тарҳрезӣ;
- \$C) Иттилоотӣ;
- \$D) Созгорӣ;
- \$E) Навоварӣ;

**@184.Таъмир, имтиёз, қарздиҳӣ, кафолат ба кадом паҳлӯи маркетингии он мансубият дорад?**

- \$A) Симои тавлидотӣ;
- \$B) Тадқиқоти рақибон;
- \$C) Тадқиқоти муҳити дохилии корхона;
- \$D) Тадқиқоти бозор;
- \$E) Тадқиқоти истеъмолгарон;

**@185.Моли мавҷуда мукамал ва навин бо самти нави татбиқи амалӣ чист?**

- \$A) Моли навин;
- \$B) Муайян намудани бозори мақсаднок;
- \$C) Таҳлилӣ, истеҳсолӣ, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;
- \$D) Нархгузорӣ, сегментатсия, тадқиқоти маркетингӣ;
- \$E) Коркарди мол, борчома намудани мол;

**@186.Моли муқаррарие, ки дар банди нави бозор чун моли нав қабул карда мешавад, чист?**

- \$A) Моли навин;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;
- \$D) Қарорқабулкунанда;
- \$E) Тасъиррасонанда;

**@187.Стратегияи умумии корхона аз кадом стратегияҳо иборат аст?**

- \$A) Стратегияҳои молӣ, бозорӣ, портфелӣ;
- \$B) Такмилдиҳии мол, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;
- \$C) Кӯшишҳои тиҷоратӣ, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;
- \$D) Молтаҳвилгарон, миёнаравон, истеъмолгарон, рақибон, гурӯҳи робитавӣ;
- \$E) Такмилдиҳии истеҳсолот, такмилдиҳии мол, кӯшишҳои тиҷоратӣ, иҷтимоӣ – ахлоқӣ;

**@188.Самти умумичаҳони стратегияи маркетинг кадомҳоянд?**

- \$A) Стратегияҳои васеъсозии марз, банду басткунӣ ва диверсификатсияи бозор;
- \$B) Муайян намудани вазъ, миқёс ва ҳиссаи бозор;
- \$C) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва ба бандҳо ҷудо кардани бозор;
- \$D) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва маскани бозор;
- \$E) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва миқёси бозор;

**@189.Вобаста ба кадом аломати таснифӣ стратегияҳои маркетинги барқароргар, ривҷдеҳ ва сустгардон ҷудо карда мешавад?**

- \$A) Вобаста ба ҳисса дар бозор;
- \$B) Вазъи бозор;
- \$C) Маскани бозор;

- \$D) Ғунҷоиши бозор;
- \$E) Сохтори бозор;

**@190. «Бозори кўҳна-моли нав», «Бозори нав-моли нав» стратегияҳои маркетинг вобаста ба кадом аломати таснифӣ ҷудо карда мешавад?**

- \$A) Вобаста ба дараҷаи рақобат;
- \$B) Тиҷорат, мол, реклам, рақобат;
- \$C) Тақозо, пешниҳод, нарх, рақобат;
- \$D) Тақозо, фоида, нарх, талабот;
- \$E) Харид, фурӯш, фоида;

**@191. Агар фирма ба бандҳои бозор як намуди молро пешниҳод кунад, яъне ба истеҳсоли оммавӣ машғул буда, як молро ба тамоми харидорони бозор фурӯшад кадом намуди стратегияи маркетинг мебошад?**

- \$A) Мақсаднок;
- \$B) Бозори харидор;
- \$C) Бозори миёнарав;
- \$D) Бозори мувозинатӣ;
- \$E) Бозори фурӯшанда;

**@192. Агар фирма дар бандҳои бисёри бозор кор карда, ба ҳар як банди бозор намудҳои алоҳидаи як молро пешниҳод кунад кадом намуди стратегияи маркетинг мебошад?**

- \$A) Портфелӣ;
- \$B) Саравал мол истеҳсол карда мешавад, баъд роҳи фурӯши он ҷустуҷў карда мешавад;
- \$C) Саравал тақозои истеъмолгарон ошкор карда шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;
- \$D) Саравал тақозои истеҳсолгарон ошкор карда шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;
- \$E) Саравал тақозои фурӯшандагон муайян шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

**@193. Агар фирма дар як банд ё якчанд банди камшумори бозор кор карда, фақат тақозои ба ин банд пешкашкардаи харидоронро қонеъ гардонад, кадом намуди стратегияи маркетинг мебошад?**

- \$A) Мақсаднок;
- \$B) Бандубасти бовусъат;

- \$C) Микробандубаст;
- \$D) Макробандубаст;
- \$E) Бандубасти амиқ;

**@194.Ташкили беҳтарин муассисаҳои савдо барои самаранок фурӯштани маҳсулоти истеҳсолшуда тақозои кадом фаъолияти маркетингии корхона мебошад?**

- \$A) Сиёсати фурӯш;
- \$B) Тақозо, пешниҳодот, нарх, рақобат;
- \$C) Иқтисодӣ, табиӣ, илмӣ – техникӣ, фарҳангӣ, сиёсӣ;
- \$D) Ҳавасмандгардонӣ, бандубаст, имтиёзҳои маркетингӣ;
- \$E) Рақибон, миёнаравон, истеъмолгарон, молтаъминкунандагон;

**@195.Тоҷири сайёре, ки молро аз рӯи намунаю феҳрист яклухт пешниҳод мекунад, чӣ ном дорад?**

- \$A) Брокер;
- \$B) Ҳангоми бозори фурӯшандаро иваз намудани бозор молӣ;
- \$C) Ҳангоми бозори мувозинатино иваз намудани бозори камёб;
- \$D) Ҳангоми бозори фурӯшандаро иваз намудани бозори харидор;
- \$E) Ҳангоми бозори харидорро иваз намудани бозори хадамот;

**@196.Мувофиқи кадом шакли ташкили савдои яклухт тавлидгар пурра ба хариду фурӯш машғул мешавад?**

- \$A) Яклухтфурӯши тиҷоратӣ;
- \$B) Вобаста ба сохтори ақидаи маркетинг;
- \$C) Вобаста ба гирифтани фоида;
- \$D) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;
- \$E) Вобаста ба мақсади ташкил;

**@197.Суперстор ба кадом шакли ташкили савдои чакана мансубият дорад?**

- \$A) Чаканафурӯши оммавӣ;
- \$B) Тадқиқоти рақибон;
- \$C) Тадқиқоти муҳити дохилии корхона;
- \$D) Тадқиқоти бозор;
- \$E) Тадқиқоти истеъмолгарон;

**@198.Ташаккули тақозо ва ҳавасмандгардонии фурӯш тақозои кадом фаъолияти маркетингии корхона мебошад?**

- \$A) Сиёсати фурӯш;
- \$B) Бозори харидор;
- \$C) Бозори миёнарав;
- \$D) Бозори сиёҳ;
- \$E) Бозори фурӯшанда;

**@199.Реклама, паблик рилейшнз, фурӯшиҳои шахси ҷузъиёти кадом муҷтамаи маркетинг мебошад?**

- \$A) Сиёсати коммуникатсионӣ;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;
- \$D) Карорқабулқунанда;
- \$E) Харидор;

**@200.Таъминоти офариниши обрӯю эътибори ширкату ташкилотро кадом намуди реклама ифода мекунад?**

- \$A) Рекламаи молӣ;
- \$B) Рақибон, тавлидгарон;
- \$C) Миёнаравон, истеҳсолгарон;
- \$D) Харидорон, истеъмолгарон;
- \$E) Молтаҳвилгарон, рақибон;

**@201.Таклифоти фаъол, кафолати баргардонида додани пул, имконияти истифодабарии молпеч кадом қисмати унсури сиёсати ташаккули тақозо ва ҳавасмангардонии фурӯш мебошад?**

- \$A) Реклама;
- \$B) Идоракунии арзиш;
- \$C) Идоаркунии тақозо;
- \$D) Идоракунии нарх;
- \$E) Идоракунии пешниҳодот;

**@202.«Маркетинг-ин пешбинӣ, идоракунии ва қонеъ намудани талабот ба молҳо, хизматрасонӣ, ташкилот, одамон, ҳудуд ва идея тавассути мубодила мебошад» .Ин таърифро кадом олим пешниҳод намудааст?**

- \$A) Ф.Котлер;
- \$B) Ташкили таъминоти моддӣ – техникӣ;

- \$C) Идоракунии сифат ва рақобат – пазири маҳсулоти тайёр;
- \$D) Ҳамаи ҷавобҳо дурустанд;
- \$E) Ташкили истеҳсоли моли нав;

**@203.Идоракунии тақозои харидорон чист?**

- \$A) Раванди маркетинг;
- \$B) Фарҳангӣ;
- \$C) Илмӣ – техникӣ;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Табиӣ;

**@204.Борҷомаи мол ба кадом паҳлӯи маркетингии он дахл дорад?**

- \$A) Симои тавлидотӣ;
- \$B) Идоракунии арзиш;
- \$C) Идоракунии тақозо;
- \$D) Идоракунии нарх;
- \$E) Идоракунии пешниҳодот;

**@205.Сатҳест, ки дараҷаи ибтидоии даромаднокии коргоҳро таъмин менамояд, чист?**

- \$A) Ҳадди поёнии нарх;
- \$B) Маскани амудии бозор;
- \$C) Бозори ба мақсад мувофиқ;
- \$D) Маскани уфуқии бозор;
- \$E) Мавқеъи ширкат дар бозор;

**@206.Ҳавасмандгардонии молӣ ба кадом роҳ гузаронида мешавад?**

- \$A) Бо роҳи тўхфа ва бепул додани мол;
- \$B) Бозори харидор;
- \$C) Бозори миёнарав;
- \$D) Бозори мувозинатӣ;
- \$E) Бозори фурӯшанда;

**@207.Миёнарави тичоратии соҳибхтиёре, ки бо хариду фурӯши яклухти мол аз ҳисоби худ ва аз номи худ машғул аст, кист?**

- \$A) Даллол;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;

- \$D) Қарорқабулқунанда;
- \$E) Харидор;

**@208.Намояндаи ваколатдори ташкилоту муассисаҳое, ки ба иҷрои фармоишҳои тиҷоратӣ машғул аст, чӣ ном дорад?**

- \$A) Маклер;
- \$B) Ташкили таъминоти моддию техникӣ;
- \$C) Тадқиқи бозор;
- \$D) Ташкили низоми ҳаракати мол;
- \$E) Ташкили тархрезии стратегӣ ва фаврӣ дар корхона;

**@209.Миёнарави биржаҳои фондӣ ва молӣ, ки ҳуқуқи шахси юридикӣ дошта, ба амалиёти муайяни биржавӣ махсус гардонидашуда кист?**

- \$A) Агенти тиҷоратӣ;
- \$B) Фарҳангӣ;
- \$C) Илмӣ – техникӣ;
- \$D) Иқтисодӣ;
- \$E) Сиёсӣ;

**@210.Мағозаи махсусгардонидашуда ба кадом шакли савдои чакана дахл дорад?**

- \$A) Чаканфурӯши муқаррарӣ;
- \$B) Вобаста ба мақсади ташкил;
- \$C) Вобаста ба сохтори ақидаи маркетинг;
- \$D) Вобаста ба гирифтани фоида;
- \$E) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;

**@211.Супермаркетҳо ба кадом шакли савдои чакана дохил мешанд?**

- \$A) Чаканфурӯши ғайримағозавӣ;
- \$B) Макробанду баст;
- \$C) Микробанду баст;
- \$D) Банду басти амиқ;
- \$E) Банду басти бовусъат;

**@212.Дар мағозаҳои универсиалӣ ба кадом шакли савдои чакана ҷой доранд?**

- \$A) Чаканфурӯши муқаррарӣ;
- \$B) Фарҳангӣ;

\$C) Илмӣ – техникӣ;

\$D) Иқтисодӣ;

\$E) Табии;

**@213.Мағозаҳои арзонфурӯшӣ чӣ гуна шакли савдои чакана ро ташкил медиҳанд?**

\$A) Чаканафурӯши озод;

\$B) Бозори харидор;

\$C) Бозори миёнарав;

\$D) Бозори сиёҳ;

\$E) Бозори фурӯшанда;

**@214.Чӣ гуна шакли савдои чакана намоишгоҳҳои феҳристиро ташкил медиҳанд?**

\$A) Чаканафурӯши оммавӣ;

\$B) Саравал мол истеҳсол карда мешавад, баъд роҳи фурӯши он ҷустуҷӯ карда мешавад;

\$C) Саравал тақозои истеъмолгарон ошкор карда шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

\$D) Саравал тақозои миёнаравҳо муайян шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

\$E) Саравал тақозои фурӯшандагон муайян шуда, баъд мол истеҳсол карда мешавад;

**@215.Мағозаҳои навбатдор ба кадом шакли савдои чакана дохил мешаванд?**

\$A) Чаканфурӯши муқаррарӣ;

\$B) Омӯзиши рақибон, миёнаравҳо, фурушандагон;

\$C) Омӯзиши молтаъминкунандагон, истеҳсолкунандагон;

\$D) Омӯзиши бозор, истеъмолгарон, мол, мухити дохилии фирма;

\$E) Омӯзиши истеъмолгарон, омӯзиши рақибон, тадқиқоти харидорон;

**@216.Бо воситаи автоматҳо чӣ гуна молҳо фурӯхта мешаванд?**

\$A) Чаканафурӯши оммавӣ;

\$B) Вобаста ба мақсади ташкил;

\$C) Вобаста ба сохтори ақидаи маркетинг;

\$D) Вобаста ба гирифтани фоида;

\$E) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;



**@217.Наشري номгӯест, ки таснифоти зиёди банду басткардаи молро дар бар мегирад, чист?**

- \$A) Буклет;
- \$B) Ҳангоми бозори фурӯшандаро иваз намудани бозор молӣ;
- \$C) Ҳангоми бозори мувозинатиро иваз намудани бозори комёб;
- \$D) Ҳгоми бозори фурӯшандаро иваз намудани бозори харидор;
- \$E) Ҳангоми бозори харидорро иваз намудани бозори ҳадамот;

**@218.Чопи бисёрсаҳифаи ҷузъбанд кардашуда, ки доир ба мол тасаввуроти муфассалро медиҳад, чист?**

- \$A) Буклет;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;
- \$D) Қарорқабулкунанда;
- \$E) Харидор;

**@219.Озмунҳо, лотореяҳо, бозиҳо ба кадом намуди ҳавасмандагардонии хариду фурӯш дохил мешаванд?**

- \$A) Ҳавасмандгардонии молӣ;
- \$B) Тадқиқоти рақибон;
- \$C) Тадқиқоти муҳити дохилии корхона;
- \$D) Тадқиқоти бозор;
- \$E) Тадқиқоти истеъмолгарон;

**@220.Роҳи бе миёнарав тақсимкунии мол чанд дараҷа мешавад?**

- \$A) Бедараҷа;
- \$B) Бозори танзимшаванда;
- \$C) Бозори ғанӣ;
- \$D) Бозори камёб;
- \$E) Бозори озод;

**@221.Барномаҳои маркетинг барои роҳбарият ва зинаҳои поёни вобаста ба кадом аломати таснифӣ тартиб дода мешаванд?**

- \$A) Вобаста ба тарзи тартибдихӣ;
- \$B) Демографӣ;
- \$C) Фарҳангӣ;
- \$D) Сиёсӣ;
- \$E) Иқтисодӣ;

**@222.Аз рӯи нишондоди маркетинголог Аллен ташнагӣ ва гушнагӣ кадом далелҳои қарори хариди истеъмолгарон мебошад?**

- \$A)  $F_{\bar{b}}=I_{M-B-C+3}$ ;
- \$B)  $F_{\bar{b}}=I_{M-B-C-3}$ ;
- \$C)  $F_{\bar{b}}=I_{M+B+C+3}$ ;
- \$D)  $F_{\bar{b}}=I_{M-B+C+3}$ ;
- \$E)  $F_{\bar{b}}=I_{M+B-C+3}$ ;

**@223.Аз рӯи нишондоди маркетинголог Аллен рағбат ба тозагӣ, манфиат, сарфақорӣ кадом далелҳои қарори хариди истеъмолгарон мебошад?**

- \$A) Муайян кардани вазъи бозор;
- \$B) Ба бандҳо ҷудо кардани бозор;
- \$C) Муайян кардани рафтори харидорон;
- \$D) Муайян кардани ғунҷоиши бозор;
- \$E) Муайян кардани рафтори фурушандагон;

**@224.Талабот ба эҳтиром, муҳофизагӣ талаботи иерархии кадом олими хориҷӣ мебошад?**

- \$A) А.Маслоу;
- \$B) Рақибон, тавлидгарон;
- \$C) Миёнаравон, истеҳсолгарон;
- \$D) Харидорон, истеъмолгарон;
- \$E) Молтахвилгарон, рақибон;

**@225.Дар амалияи маркетинг чанд тарзи тадқиқот арзи вуҷуд дорад?**

- \$A) 6;
- \$B) 3;
- \$C) 2;
- \$D) 7;
- \$E) 1;

**@226.Ҳисоботи корхона доир ба фаъолияти худ, ҳисоботи миёнаравон, ҳисоботи тадқиқоти пешгузаронидашуда ба кадом шакли сарчашма мансуб аст?**

- \$A) Омехта;
- \$B) Мол, нарх, фуруш, ҳуқуқӣ;

- \$C) Молтаҳвилгарон, миёнаравон, истеъмолгарон, рақибон, гурӯҳи робитавӣ;  
\$D) Ҳавасмандгардонӣ, хизматрасонӣ, имтиёзҳои нархӣ;  
\$E) Сиёсӣ, фарҳангӣ, демографӣ, ҳуқуқ;

**@227. Ҷараёни гузоштани чунин нархе ба мол, ки онро харидор бо хушнудӣ қабул кунад ва тайёр бошад, пули муайяншударо супорида онро харад, чӣ ном дорад?**

- \$A) Нархгузори давлатӣ;  
\$B) Муайян намудани бозори мақсаднок;  
\$C) Таҳлилий, истеҳсолий, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;  
\$D) Нархгузорӣ, сегментатсия, тадқиқоти маркетингӣ;  
\$E) Коркарди мол, борчома намудани мол;

**@228. Бо нархгузори бозорӣ киҳо машғуланд?**

- \$A) Маркетологҳо;  
\$B) Банду басти қабли;  
\$C) Микробанду баст;  
\$D) Макробанду баст;  
\$E) Банду басти амиқ;

**@229. Мувофиқи кадом ҳадафи нархгузорӣ боздеҳии мақсадноки маблағгузорӣ таъмин мегардад?**

- \$A) Ҳадафи мақсаднокӣ;  
\$B) Ба бандҳо ҷудо кардани бозор;  
\$C) Муайян кардани рафтори харидорон;  
\$D) Муайян кардани ғунҷоиши бозор;  
\$E) Муайян кардани вазъи бозор;

**@230. Фаъолиятро, ки бо муқарраркунӣ ва гузориши нарх машғул аст, чӣ меноманд?**

- \$A) Нархгузори бозорӣ;  
\$B) Бозори танзимшаванда;  
\$C) Бозори ғанӣ;  
\$D) Бозори камёб;  
\$E) Бозори озод;

**@231. Заём, саҳмия мисоли кадом шакли молро ташкил медиҳад?**

- \$A) Қоғазхои қиматнок;
- \$B) Бозори танзимшаванда;
- \$C) Бозори ғанӣ;
- \$D) Бозори камёб;
- \$E) Бозори озод;

**@232.Кашфиёт, ихтироъҳо аз кадом шакли молҳо иборат аст?**

- \$A) Маҳсулоти инноватсионӣ;
- \$B) Созгорӣ, тарҳрезӣ, навоарӣ, робита;
- \$C) Созгорӣ, бандубаст, иттилоъӣ, навоарӣ, тарҳрезӣ;
- \$D) Созгорӣ, иттилоъӣ, навоарӣ, ҳавасмандгардонӣ;
- \$E) Созгорӣ, бандубаст, навоарӣ, таҳвили мол;

**@233.Асоси иқтисодии маркетингро чӣ ташкил мекунад?**

- \$A) Хадамот;
- \$B) Вазъи бозор;
- \$C) Маскани бозор;
- \$D) Сохтори бозор;
- \$E) Ғунҷоиши бозор;

**@234.Маснуоте (зарф, халта), ки вазифаи ғунҷоишу ҳифзи мол ва рекламаи онро иҷро мекунад, чӣ меноманд?**

- \$A) Аломати мол;
- \$B) Такмилдиҳии мол, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;
- \$C) Такмилдиҳии истехсолот, такмилдиҳии мол, кӯшишҳои тиҷоратӣ, иҷтимоӣ – ахлоқӣ;
- \$D) Кӯшишҳои тиҷоратӣ, фурӯш, идоракунӣ ва назорат;
- \$E) Молтаҳвилгарон, миёнаравон, истеъмолгарон, рақибон, гурӯҳи робитаӣ;

**@235.Давраи ҷоришавии маҳсулоти тавлидшуда ба бозор ва мунтазам афзоиши ҳаҷми фурӯши он кадом давраи ҳаётии мол мебошад?**

- \$A) Камолот;
- \$B) Демографӣ;
- \$C) Фарҳангӣ;
- \$D) Сиёсӣ;
- \$E) Иқтисодӣ;

**@236.Чойивазкунии мол аз истехсолгар то истеъмомгар бе истифодабарии миёнаравҳои тичорати кадом тарзи тақсимои маркетингии мол мебошад?**

- \$A) Тарзи тақсимои марказонидашуда;
- \$B) Бозори маҳаллӣ, дохилӣ, милли;
- \$C) Бозори фурӯшанда, харидор, мувозинатӣ;
- \$D) Бозори молҳо, хизматрасонӣ;
- \$E) Бозори пӯшида, озод, танзимшаванда;

**@237.Чузъиёти сиёсати коммуникатсионии маркетингро ... ташкил мекунад.**

- \$A) Реклама, паблик рилейшнз, ҳавасмандгардонии фурӯш, фурӯшҳои бевосита ё шахсӣ;
- \$B) Истифодабаранда;
- \$C) Ташаббускор;
- \$D) Харидор;
- \$E) Таъсиррасонанда;

**@238.Варақаҳои воситаҳои рекламӣ бо матн ё тасвире, ки як ё якчанд маротиба чин карда шудаасту нисбат ба варақа имконияти бештари ахбордиҳӣ оид ба молро дорад, чист?**

- \$A) Плакат;
- \$B) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва миқёси бозор;
- \$C) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва ба бандҳо ҷудо кардани бозор;
- \$D) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва маскани бозор;
- \$E) Муайян намудани вазъ, миқёс ва ҳиссаи бозор;

**@239.Маркетинг дар кадом соҳаҳо истифода бурда мешавад?**

- \$A) Дар он ҷойҳое, ки мубодилаи арзишҳо ҷой дорад;
- \$B) Аз рӯи миқёси мавқеи муомилоти мол;
- \$C) Аз рӯи хосияти мол;
- \$D) Аз рӯи хусусияти муносибати фурӯшанда ва харидор;
- \$E) Аз рӯи мавқеи унсурҳои бозор;

**@240.Зарурат ба маркетинг кай пайдо мешавад?**

- \$A) Ҳангоми бозори харидорро иваз намудани бозори хадамот;
- \$B) Муайян намудани вазъ, миқёс ва ҳиссаи бозор;
- \$C) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва ба бандҳо ҷудо кардани бозор;

\$D) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва миқёси бозор;

\$E) Муайян намудани вазъ, ғунҷоиш ва маскани бозор;

**@241.Гурӯҳбандии маҳсулот аз рӯи навъ, намуд, шакл ва аломат чӣ мебошад?**

\$A) Таснифи мол;

\$B) Бандубасти бовусъат;

\$C) Микробандубаст;

\$D) Бандубасти амик;

\$E) Макробандубаст;

**@242.Содагии сохтор, мавҷудияти имконият оид ба махсусгардонии ваколоти коришносон, афзоиши фаъолияти эҷодкории мутахассисон бартарияти кадом шакли ташкили умури маркетинг мебошад?**

\$A) Ташкили минтақавӣ;

\$B) Вобаста ба мақсади ташкил;

\$C) Вобаста ба сохтори ақидаи маркетинг;

\$D) Вобаста ба гирифтани фоида;

\$E) Вобаста ба соҳаи истифодабарӣ;

**@243.Барномаҳои маркетингии маҳсулотӣ ва шӯъбаҳои истеҳсоли вобаста ба кадом аломати таснифӣ тартиб дода мешаванд?**

\$A) Вобаста ба доираи вазифаҳо;

\$B) Истеҳсоли, таҳлилӣ, ғурӯш, идоракунии ва назорат;

\$C) Ташкили истеҳсолот, мол, хизматрасонӣ, тиҷоратӣ;

\$D) Созгорӣ, бандубаст, иттилоотӣ, навоарӣ, тарҳрезӣ;

\$E) Такмилдиҳии истеҳсолот, кӯшишҳои тиҷоратӣ, муқаррарӣ, иҷтимоӣ-ахлоқӣ;

**@244.Барномаи маркетингии омехта аз рӯи ба кадом аломати таснифӣ тартиб дода мешавад?**

\$A) Вобаста ба тарзи тартибдиҳӣ;

\$B) Ташкили таъминоти моддӣ-техникӣ;

\$C) Ташкили истеҳсоли моли нав;

\$D) Ташкили низоми робитаҳо дар корхона;

\$E) Ташкили хизматрасонӣ;

**@245.Филип Котлер кист ?**

- \$A) Маркетологи машҳури амрикои;
- \$B) Олим;
- \$C) Дотсент;
- \$D) Тиҷоратчӣ;
- \$E) Муҳандис;

**@246.Ин ивази тиҷорати қиматҳо дар байни тарафҳои мухталиф, одатан фурӯшандаю харидор мебошад?**

- \$A) Аҳд;
- \$B) Эҳтиёҷот;
- \$C) Мол;
- \$D) Бозор;
- \$E) Тақозо;

**@247.Ин ифодаи пули арзиши мол буда, дар шакли пул аз ҳар воҳиди мол ҳангоми фурӯши он ба даст оварда мешавад?**

- \$A) Нарх;
- \$B) Таклифот;
- \$C) Талабот;
- \$D) Пешниҳод;
- \$E) Қонуният;

**@248.Маскани бозор гуфта чиро мегӯянд?**

- \$A) Ин Мавқеи бозор аст, дар он ҳоло рақибон амал намеkunанд;
- \$B) Дар он рақибон амал меkunанд;
- \$C) Маскани амудии бозор;
- \$D) Муҳити дохилии бозор;
- \$E) Ҳамаи гуфтаҳои дар боло оварда шуда ба мақсад мувофиқ мебошад;

**@249.Илм дар бораи алоқа ва амалҳои дуҷонибаи таъминот, истеҳсолот, фурӯш ва интиқол мебошад. Сухан дар бораи кадом илм меравад?**

- \$A) Логистика;
- \$B) Маркетинг;
- \$C) Менеджмент;
- \$D) Сиёсатшиносӣ;
- \$E) Ҷомеашиносӣ;

**@250.Аз рӯи маълумотҳои Архимед дар Юнони Қадим чанд логистик вучуд дошт?**

- \$A) 10;
- \$B) 7;
- \$C) 15;
- \$D) 24;
- \$E) 12;

**@251. Логистика тибқи калом қоида муваффақ мешавад?**

- \$A) 7 R;
- \$B) 6 R;
- \$C) 12 R;
- \$D) 8 R;
- \$E) 5 R;

**@252.Ҳаракати маъмулии мол аз қучо оғоз меёбад?**

- \$A) Аз анборҳои завод;
- \$B) Аз нуқтаи фурӯш;
- \$C) Аз корхона;
- \$D) Аз муассисаҳои олий;
- \$E) Аз вақти мубодила;

**@253.Вазифаи асосии ин фаъолият аз баргардонидани воситаҳои пулие иборат аст, ки барои истеҳсоли мол ва дар ин замина ба даст овардани фоида сарф шудаанд. Сухан дар бораи кадом фаъолият меравад?**

- \$A) Фурӯш;
- \$B) Соҳибкорӣ;
- \$C) Тижоратӣ;
- \$D) Роҳбарӣ;
- \$E) Ширкатӣ;

**@254.Низоми фурӯш чист?**

- \$A) Маҷмӯест, ки аз шабакаҳои фурӯши корхона ва роҳҳои фурӯши мол иборат аст;
- \$B) Ҳангоми фурӯши мол ба яқлухтфкрӯшон бо нархи чакана тахфиф карда мешавад;
- \$C) Маҷмӯест, ки аз шабакаҳои фурӯши корхона ва роҳҳои фурӯши мол иборат нест;
- \$D) Раванди ҳаракати молро бевосита идора мекунад;



\$E) Миқдори фурӯши мол калон аст;

**@255.Кӣ миёнарави савдои мол буда, фурӯши молро ташкил менамояд ва дар баробари ин молро барои худ дастрас намекунад?**

\$A) Брокер;

\$B) Истеҳсолкунанда;

\$C) Агент;

\$D) Харидор;

\$E) Миёнарав;

**@256.Шакли васеъпаҳнғаштаи агент, ки чун қомда дар фурӯши маҳсулоти истифодаи дарозмуҳлат тахассус дорад?**

\$A) Дилер;

\$B) Истеҳсолкунанда;

\$C) Агент;

\$D) Харидор;

\$E) Миёнарав;

**@257.Дар маҷмӯи маркетинг шабакаҳои тақсимот чанд функцияро иҷро мекунад?**

\$A) 2;

\$B) 7;

\$C) 5;

\$D) 3;

\$E) 12;

**@258.Ба хусусиятҳои шабакаҳои тақсимотӣ чиҳо дохил мешаванд?**

\$A) Дарозӣ ва паҳноии шабакаҳои тақсимотӣ;

\$B) Шабакаи робитаҳо ва фурӯш;

\$C) Шабакаи бевосита ва бавосита;

\$D) Шабакаҳои дохилӣ ва берунӣ;

\$E) Шабакаи тақсимот ва хизматрасонӣ;

**@259.Таҳлили ҷузъии шабакаҳои тақсимот аз ҷониби кӣ иҷро гардидааст?**

\$A) Ф. Котлер;

\$B) Анри Файол;

\$C) Бак Роҷерс;

\$D) М.Кристофер;

\$E) Антуан Анри Чомини;

**@260. Сохтори шабакаҳои маркетинг аз рӯи ақидаи Ф. Котлер чандто ва кадомҳоянд?**

\$A) 3-то: робитаӣ, тақсимот ва хизматрасонӣ;

\$B) 2-то: фурӯш ва сервис;

\$C) 3-то: нарх, фурӯш ва рақобат;

\$D) 3-то: арза, тақозо ва пул;

\$E) 2-то: интернетӣ ва тақсимот;

**@261. Ба маҳакҳои истифодашаванда ҳангоми интихоби дарозӣ ва паҳноии шабакаҳои тақсимотӣ кадом маҳакҳо дохил мешаванд?**

\$A) Маҳаки даромад, ӯҳдадорӣ ва хароҷот;

\$B) Нарх ва нархгузорӣ;

\$C) Маҳаки хурд ва калон;

\$D) Фурӯшанда ва харидор;

\$E) Тақсимот, истеҳсолот ва хароҷот;

**@262. Аз рӯи дарбаргирии бозор чанд навъи тақсимотро ҷудо мекунанд?**

\$A) 3;

\$B) 8;

\$C) 2;

\$D) 4;

\$E) 9;

**@263. Низоми интерактивии тақсимоти молро, ки воситаҳои гуногуни алоқаҳои бевосита ро бо истеъмолкунандагонӣ воқеӣ бо мақсади амалиномаҳои муомилоти хариду фурӯш истифода мебарад, чӣ меноманд?**

\$A) Маркетинги бевосита;

\$B) Маркетинги бавосита;

\$C) Фурӯш;

\$D) Шабакаи тақсимот;

\$E) Директ-маркетинг;

**@264.Маркетинги бевосита дар чанд самти фаъолият бештар паҳн гаштааст?**

- \$A) 3 самт;
- \$B) 7 самт;
- \$C) 2 самт;
- \$D) 4 самт;
- \$E) 6 самт;

**@265. Маркетинги фурӯшҳои бевосита дар адабиёт бо кадом ном маъмул аст?**

- \$A) Директ-маркетинг;
- \$B) Маркетинги бавосита;
- \$C) Фурӯш;
- \$D) Шабакаи тақсимот;
- \$E) Маркетинги бевосита;

**@266. Шахсе, ки анбори мол дорад ва онҳоро аз номи худ, вале аз ҳисоби корхонаи истеҳсолкунанда мефурӯшад, чӣ меноманд?**

- \$A) Комиссионер;
- \$B) Дилер;
- \$C) Брокер;
- \$D) Шабакаи тақсимот;
- \$E) Директ-маркетинг;

**@267.Логистика аввалин маротиба дар кучо пайдо шудааст?**

- \$A) Юнони қадим;
- \$B) ИМА;
- \$C) Рими қадим;
- \$D) Аврупо;
- \$E) Олмон;

**@268.Истилоҳи “логистика” аз кадом калима гирифта шудааст?**

- \$A) Аз калимаи юнонии “logistike”;
- \$B) Аз калимаи арабӣ;
- \$C) Аз калимаи лотинии „logistic”;
- \$D) Аз калимаи англисӣ;
- \$E) Намедонам;

**@269.Мақсади бизнес аз ташкил ва нигоҳдории мизочон иборат аст". Ин гуфтаҳо ба қалами кӣ тааллуқ дорад?**

- \$A) Теда Левитт;
- \$B) Том Питерс;
- \$C) Чонатан Филдс;
- \$D) Эл Райс;
- \$E) Анри Нестле;

**@270.Барои пешрафти фаъолият ва бобарории дорандагони бизнеси хурд чанд қарори калидӣ вучуд дорад?**

- \$A) 5;
- \$B) 8;
- \$C) 3;
- \$D) 2;
- \$E) 4;

**@271.Қонуни асосии батанзимдарорандаи принцип ва механизми муносибатҳо дар соҳаи савдо кадом қонун мебошад?**

- \$A) Қонуни ҚТ "Дар бораи савдо ва хизматрасонии маишӣ";
- \$B) Қонуни ҚТ "Дар бораи фаъолияти соҳибкорӣ";
- \$C) Қонуни ҚТ "Дар бораи савдо ва фаъолияти тиҷоратӣ";
- \$D) Қонуни ҚТ "Дар бораи фаъолияти тиҷоратӣ";
- \$E) Қонуни ҚТ "Дар бораи фаъолияти соҳибкорӣ ва савдо";

**@272.Проблемаҳои хоси маркетингро нишон диҳед?**

- \$A) Ҳамаи ҷавобҳо дурустанд;
- \$B) Иттилооти носоҳеҳ;
- \$C) Маблағгузории нокифояи молиявӣ;
- \$D) Пастравии талабот;
- \$E) Сифати пасти молҳо;

**@273.Фаъолияти шахсони ҳуқуқӣ ва соҳибкорони инфиродӣ дар муносибати хариду фурӯши молҳои истехсоли, коркардшуда ё ки ба дастовардашуда, ҳамчунин иҷрои кор ва хизматрасонии маишии ба савдои молҳо вобаста мебошад, чӣ меноманд?**

- \$A) Савдо;
- \$B) Соҳибкорӣ;
- \$C) Савдои чакана;

\$D) Савдои яклухт;

\$E) Умумӣ;

**@274.Концепсияи маркетинги савдои чаканаи корхона бояд ба ҳалли чанд вазифаи асосӣ, тадқиқот ва коркард, ки асоси фурӯши бобарори молро ташкил менамояд, нигаронида шавад?**

\$A) 3;

\$B) 8;

\$C) 5;

\$D) 2;

\$E) 4;

**@275.Сохторҳои корпоративии пешрафтаи Тоҷикистон кадомҳоянд?**

\$A) Корхонаҳои бахши бонкӣ ва ширкатҳои алоқаи мобилӣ;

\$B) Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон;

\$C) Бозорҳои ҷумҳуриявӣ;

\$D) Бозорҳои ҷумҳуриявӣ ва ширкатҳои алоқаи мобилӣ;

\$E) Корхонаҳои бахши бонкӣ ва бозорҳои маҳаллӣ;

**@276.Хусусиятҳои маркетингро дар сохтори корпоративӣ кадои бизнес муайян мекунад?**

\$A) Бизнеси бузург;

\$B) Бизнеси миёна ;

\$C) Мега бизнес;

\$D) Бизнеси хурд;

\$E) Бизнеси байналхалқӣ;

**@277. Проблемаҳои асосие, ки дар сатҳи микроиқтисод бояд ҳалли худро ёбанд кадомҳоянд?**

\$A) Қабули стратегияи рушди иқтисодии давлат;

\$B) Тақсимои захираҳои ғайри иқтисодӣ;

\$C) Омӯзиши сохторҳои ҷамъияти ва институтҳо;

\$D) Таҳлили фаъолияти иқтисодии давлат;

\$E) Нарх, ҳаҷми умумии истеҳсолот, ҳолати бозорҳои алоҳида;

**@278.Арзишҳои корпоративӣ кадомҳоянд?**

\$A) Омодагӣ барои рушд, Фаъолияти тим, Шафофият, Бовиҷдонӣ;

\$B) Қобилияти зуд мутобиқшавӣ ба талаботҳои бозор;

- \$C) Имконияти дигаргунсозии истеҳсолот;
- \$D) Имконияти амалигардонии истеҳсолоти ба стандарт ҷавобгӯ;
- \$E) Имконияти пасткунии нарх;

**@279.Кадом омилҳо барои истифода бурдани маркетинг дар Тоҷикистон монеъ мегарданд?**

- \$A) Монеаҳои психологӣ дар роҳи бозорӣ;
- \$B) Тавсифи ғайрирасмии муносибатҳои бозорӣ;
- \$C) Шаффофият;
- \$D) Ҳуқмфармоии истеҳсолкунанда (инҳисорӣ), хусусан дар соҳаи ашё ва захираҳои энергетикӣ ;
- \$E) Фаъолияти тим ва масъулият;

**@280. Навъи савдое, ки ба хариду фурӯши молҳо барои истифодаи онҳо аз тарафи истеъмолкунандагон дар раванди қонеъгардонии талаботи шахсӣ алоқаманд аст, чӣ меноманд?**

- \$A) Савдои чакана;
- \$B) Савдо;
- \$C) Савдои яклухт;
- \$D) Муассисаҳои савдо;
- \$E) Савдои хурди чакана;

**@281.Вазифаҳои маркетингии савдои чаканаи корхона кадомҳоянд?**

- \$A) Таҳлилий, молӣ, фурӯшӣ, идоракунии ва назорат;
- \$B) Тижоратӣ, соҳибкорӣ, савдоӣ;
- \$C) Нарх, рақобат, арза, тақозо;
- \$D) Ҳамаи таърифе, ки дар боло овардашӯ мувофиқи мақсад аст;
- \$E) Шаффофият, масъулият, фаъолияти тим;

**@282.Ҷузъҳои маркетингии фурӯши корхона чандтоянд?**

- \$A) 4;
- \$B) 8;
- \$C) 3;
- \$D) 2;
- \$E) 5;

**@283. Фаъолияти маркетингии савдои чаканаи корхона зери таъсири кадом омилҳо ташкил карда мешавад?**

- \$A) Иқтисодӣ, технологӣ, қонунгузорӣ, иҷтимоию демографӣ ва ғ;
- \$B) Таҳлилий, молий, фурӯшӣ, идоракунии ва назорат, сиёсӣ ва ғ;
- \$C) Шаффофият, масъулият, фаъолияти тим ва ғ;
- \$D) Нарх, рақобат, арза, тақозо, таърихӣ ва ғ;
- \$E) Рақобати нокомил ва намудҳои он дар шароити бозор;

**@284. Интернет-маркетинг ин:**

- \$A) Назария ва методологияи ташкили маркетинг дар муҳити форахи интернет;
- \$B) Рекламаи мустақими почтавӣ;
- \$C) Реклама дар телевизион;
- \$D) Рекламаи чопӣ;
- \$E) Моли талаботи махсус;

**@285. Дар интернет-маркетинг чанд унсури маркетинг истифода мешавад?**

- \$A) 5;
- \$B) 4;
- \$C) 3;
- \$D) 6;
- \$E) 2;

**@286. Унсурҳои интернет-маркетинг:**

- \$A) Маҳсулот, нарх, шабака, ҳаракат, одамон;
- \$B) Иҷтимоиёт, иқтисодиёт, фарҳанг, сиёсат;
- \$C) МММ, ММД, ДМ;
- \$D) Аз намуди фаъолияти хоҷагидорӣ фирма вобаста аст;
- \$E) Нишондиҳандаҳои макроиқтисод;

**@287. Тадқиқоти маркетингӣ дар интернет-маркетинг аз кадом қисмҳо иборат аст?**

- \$A) Тадқиқоти бозор, тадқиқоти рақобаткунандагон, тадқиқоти истеъмолкунандагон;
- \$B) Стратегияи иттиҳодиявии маркетингстратегияи сегментатсиякунӣ;
- \$C) Стратегияи рақобатӣ стратегияи инкишоф;
- \$D) Стратегияи ташаккули маҷмуи маркетингӣ;

\$E) Стратегияи инкишоф;

**@288. Нархгузорӣ дар интернет-маркетинг чи гуна аст?**

\$A) Низоми чандирии нархгузорӣ;

\$B) Характери шахсии он;

\$C) Характери ҷамъиятии он;

\$D) Он бепул аст;

\$E) Масъалаи глобалӣ;

**@289. Сиёсати тақсимот дар интернет-маркетинг:**

\$A) Фуруши мол ба воситаи интернет, пардохт ба воситаи интернет;

\$B) Принсипи амалисозии логистикии фуруш;

\$C) Тамсилаи асосии логистикии фуруши моли тайёр;

\$D) Тиҷорат дар интернет;

\$E) Истифодаи маркетинг дар тамсилаҳои логистикии фуруш;

**@290. Сиёсати коммуникатсионӣ дар интернет-маркетинг:**

\$A) Ташкил ва пешбарии интернет-бренд, ташкили алоқаи мутақобилӣ, ташкили низоми интернет-коммуникатсия, ҳавасмандии фуруш;

\$B) Дар он харидорон кам, аммо моли зиёд мехаранд ва соҳибқасбанд;

\$C) Талабот ба мол аз талабот ба моли истеъмолаш васеъ вобаста аст;

\$D) Нишондиҳандагии хоҷагии анборӣ;

\$E) НаВъи дастгоҳи технологияи анборӣ;

**@291. Технологияи тадқиқоти маркетингӣ дар интернет:**

\$A) web-пурсишномаи, стандартӣ web-саҳифа, E-mail интиқол;

\$B) Таҳлил, тадқиқот ва гузориши вазифа;

\$C) Коркарди барнома ва смета;

\$D) Ҳавасмандгардонии фуруш;

\$E) Тадқиқотбарии идораВӣ;

**@292. Технологияи тадқиқоти маркетингӣ дар интернет:**

\$A) Интернет-форумҳо, конфронсҳои телевизионӣ, саволномаи худтанзимшаванда, ҷойгир намудани анкетаҳо дар newsgroup, онлайн фокус-гурӯҳҳо;

\$B) Барои шунавандагони мақсадноки муайян муқаррар шудааст;

\$C) Рушди мутобикгардонии имкониятҳо дар натиҷаи тадқиқотбарии маркетингии ҳолати бозор;



\$D) Мувофиқати имконияти иттиҳодиявӣ ва иртиботи мақсадноки интихобгардида;

\$E) Ба паҳншавӣ роҳ надодани маҳсулот;

**@293.Тиҷорати электронӣ ин:**

\$A) Соҳаи иқтисодиёт мебошад, ки дар худ транзаксияҳои молявӣ ва тиҷоратиро, ки тариқи шабакаҳои компютерӣ ва бизнес-равандҳои алоқаманд ба гузаронидани чунин транзаксияҳо амалӣ карда мешавад;

\$B) Ташкили логистикаи тиҷоратӣ;

\$C) Логистикаи тиҷоратии муттаҳидкардашуда;

\$D) Истифодаи маркетинг дар тамсилаҳои логистикии фурӯш;

\$E) Истифода кардан аз интернет маркетинг мебошад;

**@294.Тиҷорати электронӣ аз ---- гирифта шудааст:**

\$A) Калимаи англисии e-commerce;

\$B) Калимаи русии электронный бизнес;

\$C) Калимаи юнонии commerce;

\$D) Калимаи лотинии logos;

\$E) Калимаи фаронсавӣ гирифта шудааст;

**@295.Модули тиҷорат дар интернет ба чанд қисм ҷудо мешавад:**

\$A) 2;

\$B) 3;

\$C) 5;

\$D) 6;

\$E) 10;

**@296.Модулҳои тиҷорат дар интернет кадомҳоянд:**

\$A) Нигоҳдории тиҷорати мавҷуда ва ташкили тиҷорати нав;

\$B) Ашъи хом, маҳсулоти тайёр;

\$C) Маҳсулоти тайёр;

\$D) Нимфабрикатҳо, маҳсулоти тайёр;

\$E) Ашъи хом, металҳои ранга;

**@297.Имрӯз дар соҳаи кишоварзии Тоҷикистон наздикии чанд хоҷагиҳои деҳқонӣ фермерӣ амал мекунанд?**

\$A) 150 ҳазор;

\$B) 183 ҳазор;

- \$C) 132 ҳазор;
- \$D) 210 ҳазор;
- \$E) 121 ҳазор;

**@298. Шакли асосии хоҷагидорӣ дар бахши аграрӣ чи ба шумор меравад?**

- \$A) Хоҷагиҳои деҳқонӣю фермерӣ;
- \$B) Хоҷагии деҳқонӣ;
- \$C) Хоҷагии фермерӣ;
- \$D) Ғабрикаҳои паррандапарварӣ;
- \$E) Хоҷагиҳои хонаводагӣ;

**@299. Қузъи марказии шабакаи иттилоотӣю машваратӣю деҳот дар самти маркетинг чи ба ҳисоб меравад?**

- \$A) Хизматрасонии маркетингӣ;
- \$B) Хизматрасонии харидорон;
- \$C) Хизматрасонии фурӯшандагон;
- \$D) Хизматрасонии иловагӣ;
- \$E) Дигар хизматрасониҳо;

**@300. Хизматрасонии маркетингӣ аз сатҳи ноҳия дар кадом шакл ташкил карда мешавад?**

- \$A) Марказҳои маркетингӣ;
- \$B) Шӯъбаҳои маркетингӣ;
- \$C) Агентҳои маркетингӣ;
- \$D) Нуқтаҳои хизматрасонии маркетингӣ;
- \$E) Шабакаҳои маркетингӣ;

**@301. Фарқ байни агромаркетинг аз шаклҳои дигари маркетинг дар чист?**

- \$A) Дар махсусиятҳои соҳаи кишоварзӣ;
- \$B) Дар ноустувории соҳаи кишоварзӣ;
- \$C) Ғаъолияти мавсими доштани соҳаи кишоварзӣ;
- \$D) Хамаи масъалаҳои таҳлил шуда;
- \$E) Дар ноустувории соҳаи саноат;

**@302.Категорияҳое, ки тамоми функцияҳои маркетингро дар КАС таснифот менамояд кадомҳоянд?**

- \$A) Мазмун ва объекти таъсиррасонӣ;
- \$B) Тақозо ва тақлифот дар бозор;
- \$C) Самаранокии кори хоҷагидорӣ;
- \$D) Самаранокии кори коргарон;
- \$E) Функцияҳои агромаркетинг;

**@303.Функцияҳои умумии маркетинг кадомҳоянд?**

- \$A) Идоракуни, ташкилкунӣ, пешгуи ва таҳлил, баҳисобгирӣ ва назорат;
- \$B) Баҳодиҳию баҳисобгирӣ;
- \$C) Ташкилкунӣ ва идоракуни;
- \$D) Таҳлил ва назорат;
- \$E) Пешгуи ва таҳлил;

**@304.Дар раванди фаъолияти маркетинг кадом функцияҳо ба ҳам алоқаманданд?**

- \$A) Умумӣ ва мушаххас;
- \$B) Ҳама функцияҳо;
- \$C) Ягона ва умумӣ;
- \$D) Идоракунии маркетингӣ;
- \$E) Функцияи агромаркетинг;

**@305.Ҳангоми амалӣ намудани ҳама гуна функцияҳо онҳо дар кадом шакл иҷро мешаванд?**

- \$A) Дар шакли умумӣ;
- \$B) Дар шакли махсус;
- \$C) Дар шакли ягона;
- \$D) Дар шакли нопура;
- \$E) Дар шакли омехта;

**@306.Самаранокии идоракунии маркетинги аграрӣ ва сифати қарорҳои қабулнамудаи идоракуни дар ин соҳа дар сатҳи лозима аз кадом намуди фаъолият вобастагӣ дорад?**

- \$A) Фаъолияти дақиқи системаи иттилоотии маркетинг;
- \$B) Фаъолияти амиқи идоракунии маркетингӣ;
- \$C) Фаъолияти пурсамари коргарони ҳамин соҳа;
- \$D) Аз фаъолияти маркетингологӣ соҳаи аграрӣ;

\$E) Аз фаъолияти ҳаррӯзаи кори вобастагӣ дорад;

**@307. Низоми идоракунии маркетинг дар байни муҳити беруна ва дохилӣ кадом мавқеро ишғол намудааст?**

\$A) Мавқеи мобайнӣ;

\$B) Мавқеи болоӣ;

\$C) Мавқеи поёнӣ;

\$D) Мавқеи яктарафа;

\$E) Ҳама мавқеҳоро;

**@308. Мавқеи мобайниро низоми идоракунии маркетинг дар байни кадом муҳитҳо ишғол менамояд?**

\$A) Муҳити беруна ва дохилӣ;

\$B) Микромуҳити корхона;

\$C) Макромуҳити корхона;

\$D) Дар байни ҳамаи муҳитҳо;

\$E) Ҳеҷ гуна муҳит вучуд надорад;

**@309. Таҳияи буҷети агромаркетинг кадом меъёрҳоро дар худ инъикос месозад?**

\$A) Меъёри муайяни пешгӯии даромадҳо ва зарарҳои амалинамоии стратегияи агромаркетинг;

\$B) Самаранок истифода бурдани буҷет дар ин самт;

\$C) Ҳабули стратегияҳои , ки дар оянда ҳаҷми даромадро дар ин соҳа афзояд;

\$D) Ҳама масъалаҳои таҳлил шуда;

\$E) Меъёрҳои алоқаманд оид ба тавлиди моли нав дар агромаркетинг;

**@310. Маркетинги хизматрасонӣ чист?**

\$A) Ин соҳаи маркетинги муосир буда махсусиятҳои фаъолияти маркетинги корxonаро, ки барои пешниҳоди хизматрасониҳо ҷалб шудаанд меомӯзад;

\$B) Чунин шакли маркетинг вучуд надорад;

\$C) Маркетинге мебошад, ки дар як самт ба мизоҷони худ хизматрасониро анҷом медиҳад;

\$D) Ин як намуди хизматрасонӣ мебошад;

\$E) Ҳама пешниҳодҳо номбаршуда комилан дурустанд;

**@311. Ҳамчун низоми пешбарии хизматрасониҳоро дар бозор чи ташкил медиҳад?**

- \$A) Барномаи умумии робитаҳои маркетингии корхона;
- \$B) Маҳорати баланди хизматрасонӣ;
- \$C) Мавқеи ҷойгиршавии бозор;
- \$D) Сатҳу сифати хизматрасонӣ ва роҳҳои беҳтар намудани он;
- \$E) Хизматрасониҳои нав ба навро пешкаши аҳоли намудан;

**@312.Мафҳумҳои асосӣ дар маркетинги хизматрасонӣ кадомҳоянд?**

- \$A) Бозори мақсаднок, фоида ба мизочон ва пешбарии хизматрасониҳо;
- \$B) Танҳо ба даст овардани фоидаи зиёд;
- \$C) Хизматрасонии сатҳи баланд ва фоида;
- \$D) Мизочон ва расонидани хизмат;
- \$E) Иноватсия, такмилдиҳӣ ва муҳит;

**@313.Маркетинг нисбатан дар кадом бахшҳо рушд кардааст?**

- \$A) Бахшҳои бонкӣ, алоқаи мобилӣ, хизматрасониҳои интернетӣ, туризм, меҳмонхона ва табобатӣ-истироҳатӣ;
- \$B) Бахшҳои хоҷагидорӣ, хизматрасониҳои нақлиётӣ ва коммуналӣ;
- \$C) Бахшҳои таъмини озуқаворӣ ва низоми бонкдорӣ;
- \$D) Дар ҳамаи бахшҳо баробар рушд ёфтааст;
- \$E) Дар соҳаи бизнеси тарабхона ва туризм;

**@314.Пеш аз он ки бозори мақсадноки худро муайян намоем кадом амалро анҷом додан зарур аст?**

- \$A) Муҳити берунаи корхонаро таҳлил намудан зарур аст;
- \$B) Муҳити дохилии корхонаро омӯхтан лозим аст;
- \$C) Дарёфти бозори ба мақсад мувофиқ;
- \$D) Ҷалб намудани истеъмолгарон ба худ;
- \$E) Мавқеи ҷойгиршавии бозорро омӯхтан лозим;

**@315.Хусусиятҳои асосии реклама чиро нишон медиҳад?**

- \$A) Тарғибу ташвиқ, ҷалб намудани мизочон ба дилхоҳ мол ва муаррифи намудани моли ширкат;
- \$B) Ахборот пешниҳод намудан;
- \$C) Барои шиносонидани моли ширкатҳо;
- \$D) Пешкаш намудани хизматрасониҳои пешрафта;
- \$E) Хизматрасониҳои электронӣ, техники, хизматрасонӣ, хизматрасонии баъди фурӯш, бо қисмҳои техники таъмин кардан;

**@316.Зиёда аз чанд фоизи ширкатҳои сайёҳӣ рекламаи худро дар рӯзномаи “Туризм и отдых” нашр мекунад?**

- \$A) Зиёда аз 90%-и ширкатҳо;
- \$B) Зиёда аз 30%-и ширкатҳо;
- \$C) Зиёда аз 50%-и ширкатҳо;
- \$D) Зиёда аз 10%-и ширкатҳо;
- \$E) Фоизи муайян нест;

**@317.“Навовариҳо ин чизеанд, ки \_\_\_\_\_?”**

- \$A) Пешсафи бозорро аз ақибмондаҳои он фарқ мекунонд;
- \$B) Нисбат ба дигарон ба пеш ҳаракат кардан;
- \$C) Ба табиат хисорот вфорида менамоянд;
- \$D) Ба он сармоягузори карда мешавад;
- \$E) Буҷаро ғани мегардонанд;

**@318.Истилоҳи “бенчмаркинг” соли чанд пайдо шудааст?**

- \$A) Соли 1972 дар ИМА;
- \$B) Соли 1974 дар Фаронса;
- \$C) Соли 1973 дар Тоҷикистон;
- \$D) Соли 1981 дар Россия;
- \$E) Соли 1978 дар Олмон;

**@319.Аввалин маротиба истилоҳи “бенчмаркинг” дар ифодаи асли дар кучо пайдо шуд?**

- \$A) Дар Институти банақшагирии Кембриҷ;
- \$B) Дар ширкати “Dupont”;
- \$C) Дар ширкати “Motorola”;
- \$D) Дар бозори истеъмолгарон;
- \$E) Худ ба худ ба вучуд омад;

**@320.Истилоҳи “бенчмаркинг” аз кадом забон гирифта шудааст?**

- \$A) Аз забони англисӣ;
- \$B) Аз забони олмонӣ;
- \$C) Аз забони ўзбекӣ;
- \$D) Аз забони русӣ;
- \$E) Аз ҳеч арабӣ;

**@321.Дар забони русӣ калимаи “бенчмаркинг” чи тарҷума шудааст?**

- \$A) Дар забони русӣ тарҷумаи аслии надорад;
- \$B) Маркетинг тарҷума шудааст;
- \$C) Бизнес тарҷума шудааст;
- \$D) Клиент тарҷума шудааст;
- \$E) Ба забони русӣ маъноашро гум мекунад;

**@322.Рушди босуръати “бенчмаркинг” аз кадом давра оғоз мешавад?**

- \$A) Аз оғози солҳои 80-уми асри гузашта;
- \$B) Аз оғози солҳои 2000-ум;
- \$C) Дар нимаи дуюми асри 18;
- \$D) Соли 2007 асри бисту як;
- \$E) Аз соли 1998 асри бист;

**@323.Аввалин мақолаҳое, ки дар “Харвард Бизнес Ревью” интишор шуданд ба бенчмаркинг чи таъсир гузошт?**

- \$A) Сабаби рушди босуръати бенчмаркинг гашт;
- \$B) Сабаби аз байн рафтани бенчмаркинг шуд;
- \$C) Таъсири худро расонида натавонист;
- \$D) Онро реклама намуд;
- \$E) Дар бораи он мақола чоп гардид ва пешниҳодот низ шуд;

**@324.Дар таҷрибаи амалии корбарӣ бенчмаркинг аз кай истифода мешуд?**

- \$A) Дар миёнаи солҳои 80-ум;
- \$B) Аввалҳои солҳои 70-ум;
- \$C) Солҳои 60-уми асри 20;
- \$D) Дар миёнаи солҳои 83-юм;
- \$E) Бенчмаркинг дар амалии корбарӣ татбиқ намешавад;

**@325.Усули “Бенчмаркинг” ҳамчунин бо кадом номҳо маъмул аст?**

- \$A) “Усули муқоисаи меъёрӣ”, “Тамоюл ба ширкатҳои муваффақ”;
- \$B) Усули баҳодиҳии маркетинг;
- \$C) Модернизатсияи ширкат;
- \$D) Бо технологияи нав мучҷаҳаз шудан;
- \$E) Дигар намуди усулҳо мавҷуд нест;

**@326.Мақсади бенчмаркинг аз чи иборат аст?**

- \$A) Аз он иборат аст, ки дар асоси тадқиқотҳо эҳтимолияти муваффақияти корхона муайян карда шавад;
- \$B) Аз он иборат аст, ки фоидаи баланд ба даст оварда шавад;
- \$C) Дарёфти шумораи зиёди мизочон;
- \$D) Дар сатҳи байналмиллалӣ мавқеи худро пайдо намудан;
- \$E) Аз содирот ба мамлакатҳои хориҷа;

**@327. Бенчмаркинг чорабиниҳои яққарата набуда, пас чигуна аст?**

- \$A) Ҷараёни муттасил аст;
- \$B) Ҷараёни хариду фурӯш аст;
- \$C) Робитаҳои хориҷӣ аст;
- \$D) Чорабиниҳои илмию техникӣ аст;
- \$E) Ҷараёни яққарата аст;

**@328. Бенчмаркинг чанд марҳилаи меъёрӣ дорад?**

- \$A) Ду марҳила;
- \$B) Як марҳила;
- \$C) 32 марҳила;
- \$D) 17 марҳила;
- \$E) 9 марҳила;

**@329. Дар марҳилаи якуми бенчмаркинг кор ба чӣ равона шудааст?**

- \$A) Асосан барои гирифтани иттилоот равона шудааст;
- \$B) Барои харидани таҷҳизот равона шудааст;
- \$C) Барои сайёҳат ва хизматрасони равона шудааст;
- \$D) Асосан барои савдо ва савдои яққалит равона шудааст;
- \$E) Барои хоҷагидорӣ ва соҳаи кишоварзи равона гаштааст;

**@330. Ҳангоми гузаронидани муқоисаи меъёрӣ бо рақобаткунандагон кадом намуди бенчмаркингро дучор омадан мумкин аст?**

- \$A) Рақобатнок ва муштарақ;
- \$B) Мусбат ва манфӣ;
- \$C) Алоҳида ва омехта;
- \$D) Яққаром ва гуногун маром;
- \$E) Ҳамаҷониба муваққатӣ;

**@331. Бенчмаркинг рақобатнок чӣ гуна гузаронида мешавад?**

- \$A) Одатан ба таври пӯшида гузаронида мешавад;



- \$B) Ошкоро гузаронида мешавад;
- \$C) Ба таври занҷири гузаронида мешавад;
- \$D) Ба таври маҷбури гузаронида мешавад;
- \$E) Оммафаҳм, одди ва саҳеҳ гузаронида мешавад;

**@332. Бенчмаркинги дохилӣ гуфта чиро дар назар доранд?**

- \$A) Бенчмаркинги воҳидҳои хурди бизнес ва филиалҳоро;
- \$B) Корхонаҳои калони истеҳсолиро бенчмаркетинг таъсир мерасонад;
- \$C) Сехҳои дӯзандагӣ бофандагиро бенчмаркетинг меноманд;
- \$D) Маркетологҳои сатҳи байналмиллалӣ, хизматрасони аз бенчмаркетинг;
- \$E) Дохили корхона истифода аз бенчмаркетинг;

**@333. Бенчмаркинги умумӣ ба кадом соҳа равона шудааст?**

- \$A) Ба омӯзиши қараёнҳои нисбатан самараноки ҳар соҳа равона гардидааст;
- \$B) Ба соҳаи агромаркетинг ва истеҳсоли равона гардидааст;
- \$C) Ба соҳаи маркетинги хизматрасонӣ таъсир мерасонад;
- \$D) Ба соҳаи саноати сабук ва саноати вазнин ҳам таъсири мусбӣ ва манфӣ дорад;
- \$E) Ба самти молияи давлатӣ, дигар самтҳо ва соҳаҳо таъсири ҳудро мерасонад;

**@334. Ҳангоми гузаронидани бенчмаркинги кадом проблемаи хос мавҷуд аст?**

- \$A) Ассиметри будани ширкатҳои муқоисашаванда;
- \$B) Параллел фаъолият намудани ширкатҳои муқоисашаванда;
- \$C) Робитаи байни онҳо;
- \$D) Иҷозат надодан барои гузаронидани таҳлил;
- \$E) Ҳолатҳои дигари ҷойдошта;

**@335. Насли чоруми бенчмаркинги ин?**

- \$A) Бенчмаркинги стратегӣ мебошад;
- \$B) Бенчмаркинги тамаддунӣ мебошад;
- \$C) Ҷаҳонишавӣ мебошад;
- \$D) Тиҷорати босуръат мебошад;
- \$E) Дар бенчмаркинги наслҳо вуҷуд надоранд;

**@336. Насли панҷуми бенчмаркинги ин?**

- \$A) Бенчмаркинги ҷаҳонишавӣ аст;

- \$B) Бенчмаркинг дохилӣ аст;
- \$C) Бенчмаркинг сатҳи давлатӣ аст;
- \$D) Бенчмаркинг корхонавӣ аст;
- \$E) Бенчмаркинг байнисоҳавӣ аст;

**@337.Объекти бенчмаркинг кадомҳоянд?**

- \$A) Дониш, иттилоот ва таҷрибаҳои беҳтарин;
- \$B) Сармоя ва фаъолияти бонкдорӣ;
- \$C) Қарзҳои бебозгашти давлатҳо;
- \$D) Корхона, ширкат ва заводҳо;
- \$E) Шахсони соҳибкор, ки тибқи патент фаъолияткунанда;

**@338.Ба сифати воситаҳои истифодаи бенчмаркинг чиҳо истифода мешаванд?**

- \$A) Семинар, конфернс, намоиш ва ярмаркаҳо;
- \$B) Фурӯши яклухт ва чакана дар бозорҳо;
- \$C) Мавқеи ҷойгиршавии ширкат ба бозори ба мақсад мувофиқ;
- \$D) Бозору мағозаҳо, бозорҳои яклухт ва чакана, ярмаркаҳо;
- \$E) Бозорҳои дохили ва беруни;

**@339.Дар корхонаҳо кадом стандарти сифати амали карда мешавад?**

- \$A) Стандарти сифати ISO 9000;
- \$B) Стандарти сифати ГОСТ;
- \$C) Истифода бурда намешавад;
- \$D) Вобаста ба намуди мол;
- \$E) Аз стандарти ҳуди давлати истеҳсолкунанда;

**@340.Қараёни таҳаввулоти бенчмаркинг ба кадом модули классикӣ монанд ?**

- \$A) Гузариш аз санъат ба илм;
- \$B) Гузариш ба содироти беруна;
- \$C) Гузариш ба соҳибкории хурд;
- \$D) Гузариш ба савдои яклухт;
- \$E) Гузариш ба бозори харидор;

**@341.Натиҷаҳои беҳтарин дар кадом намуди бенчмаркинг дида мешавад?**

- \$A) Бенчмаркинг умумӣ;

- \$B) Бенчмаркинги алоҳида;
- \$C) Бенчмаркинги махсус;
- \$D) Бенчмаркинги дохилӣ;
- \$E) Бенчмаркинги равандҳо;

**@342.Таърихи рушди маркетинг дар Тоҷикистон чанд марҳиларо дар бар мегирад?**

- \$A) Се марҳила;
- \$B) Ду марҳила;
- \$C) Чор марҳила;
- \$D) Панҷ марҳила;
- \$E) Як марҳила;

**@343.Ассотсиятсияи миллии менеҷер ва маркетингологҳои Тоҷикистон кай ташкил шудааст ?**

- \$A) Соли 2009;
- \$B) Соли 2005;
- \$C) Соли 2000;
- \$D) Соли 2011;
- \$E) Соли 2014;

**@344.Дар Тоҷикистон бештар ба кадом маркетинг аҳамият намедиҳанд?**

- \$A) Маркетинги Стратеги;
- \$B) Макромаркетинг;
- \$C) Микромаркетинг;
- \$D) Концепсия маркетинг;
- \$E) Масъалаҳои молияви;

**@345.Барои рушди маркетинг дар Тоҷикистон кадом конфронси байналмиллалӣ барпо гардидааст?**

- \$A) Маркетинг\_дурнамои рушд;
- \$B) Итиҳоди давлатҳои мустақил;
- \$C) Ҳамкори давлатҳои Шанхай;
- \$D) Конфронси давлатҳои исломи;
- \$E) Конфронс нагузаштааст;

**@346.Проблемаҳои асосии маркетинг дар Тоҷикистон?**

- \$A) Ҳавасмандгардонӣ, коммуникатсия ва мушкилоти кадрӣ;

- \$B) Монополизм дар соҳаи ашёи хом;
- \$C) Энергетика;
- \$D) Монеаҳои психологӣ;
- \$E) Хусусияти ғайрирасми муносибатҳои бозорғони;

**@347.Марҳилаи аввали рушди маркетинг дар Тоҷикистон кадом солҳоро дар бар мегирад ?**

- \$A) 1996-1999;
- \$B) 1999-2001;
- \$C) 1995-1998;
- \$D) 2005-2009;
- \$E) 2010-2015;

**@348.Яке аз сабабҳои рушд наёфтани маркетинг дар ширкатҳои ватанӣ?**

- \$A) Набудани менеҷерон ва маркатологҳои касби;
- \$B) Набудани ҳуқуқшиносони касби;
- \$C) Кам будани фаҳми аҳоли нибати маркетинг;
- \$D) Камаҳамиятии роҳбарон;
- \$E) Набудани шӯбаи маркетинги дар корхона;

**@349.Марҳилаи дуҷуми рушди таърихи маркетинг дар Тоҷикистон кадом солҳоро дар бар мегирад?**

- \$A) 2000- 2009;
- \$B) 1995- 1999;
- \$C) 1990-1994;
- \$D) 2005-20011;
- \$E) 2012- 20018;

**@350.Барои фаҳми мардумро зиёд намудан нисбати маркетинг дар Тоҷикистон чи корҳо анҷом дода шудааст?**

- \$A) Кафедраҳои маркетинги таъсис дода шуд;
- \$B) Худ аз худ рушд намудааст;
- \$C) Тариқи рекламаҳо;
- \$D) Ҷамъомадҳои оммави гузаронида шуд;
- \$E) Аксияҳои тарғиботи гузаронида шуд;

**@351.Маркетинг дар Тоҷикистон дар кадом соҳаҳо бештар ба назар мерасад?**

- \$A) Бонк ва туризм;
- \$B) Бозор ва хизматрасонӣ;
- \$C) Истеҳсолот ва истеъмолот;
- \$D) Иқтисодиёт ва иҷтимоиёт;
- \$E) Хизматрасони дар соҳа;

**@352.Марҳилаи сеюми рушди таърихии маркетинг дар Тоҷикистон кадом солҳоро дар бар мегирад?**

- \$A) 2010 иҷониб;
- \$B) 1995-1999;
- \$C) 2000-2004;
- \$D) 2005-2009;
- \$E) 1992-1994;

**@353.Саҳми кадом мутахасисон дар рушди маркетинг дар Тоҷикистон назаррас аст?**

- \$A) Маркетологҳо;
- \$B) Ҳуқуқшиносон;
- \$C) Иқтисодчиён;
- \$D) Рухониён;
- \$E) Менечерон;

**@354.Кадам намуди корхонаҳо дар Тоҷикистон бештар рушд намуданд?**

- \$A) Корхонаҳои шахси ва саҳҳоми;
- \$B) Кооперативҳои истеҳсоли;
- \$C) Корхонаҳои давлати;
- \$D) Хоҷагиҳои деҳқони;
- \$E) Ширкатҳои хизматрасони;

**@355.Махсусияти фаъолияти маркетинги дар Тоҷикистон бештар аз руи чи муайян мешавад?**

- \$A) Рафтори истеъмолкунандаи мол;
- \$B) Вазъи иқтисоди;
- \$C) Сиёсати давлат;
- \$D) Фаъолияти корхона;
- \$E) Захираҳои молияви;

**@356.Сиёсати нархгузорию ғайрисамаранок чи гуна омилҳо дорад?**

- \$A) Мизоҷони навро кам мекунад;
- \$B) Ба иқтисодиёт зарар мерасонад;
- \$C) Мизоҷонро зиёд мекунад;
- \$D) Ба корхона зарар мерасонад;
- \$E) Даромади корхонаро зиёд мекунад;

**@357.Аҳолии Тоҷикистон нисбати реклама чи гуна ақида доранд?**

- \$A) Ақидаҳои манфи;
- \$B) Ақидаҳои мусбат;
- \$C) Ақидаҳои гуногун;
- \$D) Бовари надоранд;
- \$E) Бовари доранд;

**@358. Мафҳуми реклама чист?**

- \$A) Аз забони франсавии *reclame* гирифта шуда таъриф, сухани хубро ифода мекунад;
- \$B) Аз забони юнонии *reclame* гирифта шуда гуфтушунид, сухани хакро ифода мекунад;
- \$C) Аз забони немисии *reclame* гирифта шуда арза, талаботро ифода мекунад;
- \$D) Аз забони англисии *reclamind* гирифта шуда пешниҳод, таклифотро ифода мекунад;
- \$E) Аз забони итолиёии *relame* гирифта шуда таъсир, дод заданро ифода мекунад;

**@359.Калимаи реклама аз кадом забон гирифта шудааст?**

- \$A) Аз забони франсавии *reclame*;
- \$B) Аз забони англисии *reclamind*;
- \$C) Аз забони немисии *reclame*;
- \$D) Аз забони юнонии *reclame*;
- \$E) Аз забони итолиёии *relame*;

**@360. Реклама чиро ифода мекунад?**

- \$A) Таъриф, сухани хуб;
- \$B) Таклифот, арза;
- \$C) Тақозо, пешниҳод;

\$D) Мухит, табиати мол;

\$E) Фоида, сухани хак;

**@361.Мафхуме ки дар иктисодиёти муосир фаъолияти рекламавии бо хусусияти оммави дашта ташаккул меёбад кадом аст?**

**\$A) Саноати рекламави;**

\$B) Саноати моли хуб;

\$C) Агромакетинг;

\$D) Рекламаи моли нав;

\$E) Мухити маркетинг;

**@362.Кисмати робитаи маркетингие, ки аз чониби сарпарастии маъруф барои паҳн намудани ахбороти гайришахси маблағгузори мешавад чи ном дорад?**

**\$A) Реклама;**

\$B) Микромаркетинг;

\$C) Макромаркетинг;

\$D) Даромад;

\$E) Таклифот;

**@363.Ба муайянкунандаи стратегияи икдоми рекламави кадоме аз ин ҷавобҳо дохил намешавад?**

**\$A) Муайян намудани мохияти микромаркетинг;**

\$B) Самтҳои маъракаи рекламави;

\$C) Аудиторияи максадноки маъракаи рекламави;

\$D) Муайян кардани бучети маъракаи рекламави;

\$E) Хадафҳои рекламави мавқеъгири;

**@364.Барои чи реклама истифода бурда мешавад?**

**\$A) Бо максоди ҷалб намудани шахс ба объекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди;**

\$B) Бо максоди ҷалб намудани шахс ба субъекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди;

\$C) Бо максоди ҷалб намудани сармоядорон ба объекти сохташуда ва ташаккулёфта;

\$D) Бо максоди ба даст овардани фоида ба воситаи фуруш ва хавасмандии моли нав;

\$E) Бо максоди зиёд намудани тақозо, арза, таклифот, пешниҳод ва фоида;

**@365.Бо макседи чалб намудани шахс ба объекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди чи истифода бурда мешавад?**

**\$A) Реклама;**

\$B) Микромаркетинг;

\$C) Макромаркетинг;

\$D) Тахфифҳо;

\$E) Нархи арзон;

**@366."Реклама робитаи гайришахсии пардохтшавандае мебошад, ки аз сарпараст пардохт шуда, тавассути воситаҳои ахбори омма моилкунӣ ва ё таъсиррасониҳо ба аудитория таъмин месозад" ақидаи кадом мутафаккир аст?**

**\$A) Уилям Уэлс, Чон Бернет, Сандра Мориарти;**

\$B) Марк Цукерберг, Уилям Уелс, Джеф Баффет;

\$C) Чон Бернет, Николло Макиавели, Филип Котлер;

\$D) Стив Чоббс, Бил Гейтс, Сандра Мориарти;

\$E) Филип Котлер, Шар Луи Монтеске, Марк Твен;

**@367."Реклама шакли гайришахсии робита буда, бо воситаҳои пардохтшавандаи паҳнкунии ахборот, бо муқарракунии аниқӣ сарчашмаҳои маблағгузори амали мешавад" ақидаи кадом мутафаккир?**

**\$A) Филип Котлер;**

\$B) Марк Цукерберг;

\$C) Бил Мориарти;

\$D) Стив Чоббс;

\$E) Карл Маркс;

**@368."Реклама маҷмуи чораҳои психологи мебошад, ки ба шуури истеъмолкунандаи эҳтимоли бо макседи ҳаракати ғайрӣ дар бозори объектҳои реклама. ҳоҳ он мол, хизматрасони ва ё ғайрӣ сифати сиёси бошад, таъсир мерасонад, Инчунин бо макседи офаридаи намуди зохирии мусбии ширкат, ташкилот ва институтҳои алоҳидаи ҷомеа роҳандозӣ мегардад"-ро ки гуфтааст?**

**\$A) Олег Феофанов;**

\$B) Марк Цукерберг;

\$C) Бил Мориарти;

\$D) Стив Котлер;



\$E) Филипп Чобс;

@369."Робитаи рекламави хамчун шакли гайримустакими боваркунони бо тасвири бартарихои иттилооти ва ё муассири махсулот асос меёбад. Вазифаи он дар тафаккури истеъмолкунанда ба вучуд овардани таассуроти мусоид оид ба махсулот ва "чалби тафаккури онҳо" ба амали намудани харид аст" -ро ки гуфтааст?

\$A) Чон Росситер, Лари Перси;

\$B) Марк Цукерберг, Уилям Уелс;

\$C) Чон Бернет, Николло Макиавели;

\$D) Стиф Чоббс, Бил Гейтс;

\$E) Филип Котлер, Марк Твен;

@370."Реклама шакли дилхохи пардохтшавандаи робитаи аз тарафи ширкати муайян истифодашаванда ва маблағгузорандаест, ки ақида, мол ва ё хизматрасониро фаъол мегардонад" -ро кадом мутафаккир гуфтааст?

\$A) Чон Бернет, Сандра Мориарти;

\$B) Уилям Уелс, Джеф Бафсет;

\$C) Чон Бернет, Николло Макиавели;

\$D) Стиф Чоббс, Сандра Мориарти;

\$E) Филип Котлер, Марк Твен;

@371."Реклама шакли фаъолият, ё ин ки номгуи махсулоте мебошад, ки мақсади он амали намудани вазифаҳои фуруши мол ё дигар вазифаҳо мебошад, ки аз ҷониби сохторҳо ва ташкилотҳои рекламадех пардохт карда шуда, оид ба хусусиятҳои мол ва хизматрасониҳо ба мафкураи аудиторияи интихобшуда таъсир мерасонад" ақидаи кист?

\$A) Игор Рожков;

\$B) Карл Маркс;

\$C) Бил Котлер;

\$D) Стиф Кисинджер;

\$E) Филипп Фабио Полло;

@372.Ба муайянкунандаи стратегияи иқдоми рекламави чи дохил мешавад?

\$A) Бо мақсади чалб намудани шахс ба объекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди;

\$B) Хадафҳои рекламави, мавқеъгири, Самтҳои маъракаи рекламави, Аудиторияи мақсадноки маъракаи рекламави, Муайян кардани бучети маъракаи рекламави;

\$C) Рушди мутобиқгардонии имкониятҳои иттиҳодиявӣ ва иртиботи мақсадноки интиҳобгардида;

\$D) Барои ба ҳар тараф фиристондани мактубҳои инфиродӣ;

\$E) Дарки мақсадноки истеъмолкунандагони мушаххаси молҳо ва хизматрасонӣ;

**@373.Ба муайянкунандаи стратегияи иқдоми рекламави кадоме аз ин ҷавобҳо дохил намешавад?**

\$A) Муайян намудани моҳияти микромаркетинг;

\$B) Самтҳои маъракаи рекламави;

\$C) Аудиторияи мақсадноки маъракаи рекламави;

\$D) Муайян кардани бучети маъракаи рекламави;

\$E) Хадафҳои рекламави, мавқеъгири;

**@374.Барои чи реклама истифода бурда мешавад?**

\$A) Бо мақсади ҷалб намудани шахс ба объекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди;

\$B) Бо мақсади ҷалб намудани шахс ба субъекти таблиғоти, ташаккул ва ё хавасманди;

\$C) Бо мақсади ҷалб намудани сармоядорон ба объекти сохташуда ва ташаккулёфта;

\$D) Бо мақсади ба даст овардани фоида ба воситаи фуруш ва хавасмандии моли нав;

\$E) Бо мақсади зиёд намудани тақозо, арза, тақлифот, пешниҳод ва фоида;

**@375.Чузъҳои услубии фаъолияти рекламавиро ҳамчун низом ба чанд таснифот ҷудо намуданд?**

\$A) Ба 3 таснифот;

\$B) Ба 4 таснифот;

\$C) Ба 9 таснифот;

\$D) Ба 6 таснифот;

\$E) Ба 7 таснифот;

**@376.Ба ақидаи Филипп Котлер мақсадҳои рекламаро ба кадом таркибҳои асосӣ ҷудо кардан мумкин аст?**

**\$A) Огохи, боваркунони, хабаррасони;**

\$B) Микромаркетинг, макромаркетинг;

\$C) Баланд кардани фуруши мол;

\$D) Хабаррасони, пешниҳод, арза;

\$E) Хамаи чаВобхо нодуруст;

**@377.Вобаста ба ақидаи Уилям Уэллс реклама чанд вазифаи асосиро иҷро мекунад?**

**\$A) 7 вазифаро;**

\$B) 14 вазифаро;

\$C) 1 вазифаро;

\$D) 10 вазифаро;

\$E) 15 вазифаро;

**@378.Вазифаҳои реклама кадомҳоянд?**

**\$A) Хамаи чаВобхои дуруст;**

\$B) Маркетинги, иҷтимоӣ;

\$C) Идеологи, равони;

\$D) Каммуникативи, тарбияви;

\$E) Сиёси, иқтисоди;

**@379.Мақсади кадом намуди реклама истеъмолкунанда буда, хангоми пешниҳоди мол ба ивази он фоида ба даст меояд?**

**\$A) Рекламаи иқтисоди;**

\$B) Рекламаи сиёси;

\$C) Рекламаи, равони;

\$D) Рекламаи иҷтимоӣ;

\$E) Рекламаи пули;

**@380.Нархи талабот ин?**

\$A) Нархи баландинест, ки истеъмолкунандагон тайёранд барои моли муайян пешниҳод намоянд;

\$B) Рекламаи мустақими почтаи бенчмаркетинг рекламаи муваққатӣ ва рекламаи электрони тасир мерасонад;

\$C) Реклама дар телевизион тариқи электрони, хизматҳо, усунҳои нави кори, пешниҳодот ва ғайраҳо;

\$D) Рекламаи чопӣ, тариқи журнал, тариқи газета, тариқи радио, тариқи почтаи ба амал бароварда;

\$E) Моли талаботи махсус, хоҳиши истифода кардани маҳсулот, бе мақсад харидани он;

**@381.Қонуни талабот ин?**

\$A) Байни нархи мал ва ҳаҷми талабот ба он алоқаи баргарданда мавҷуд аст;

\$B) Иҷтимоиёт, иқтисодиёт, фарҳанг, сиёсат;

\$C) Аз намуди фаъолияти хоҷагидорӣи фирма вобаста аст;

\$D) МММ, ММД, ДМ, ДШ, МММХ, ва дигар нишондиҳандаҳо;

\$E) Тиқорати байналмилалӣ, тиқорати дохилӣ, байни соҳавӣ, ва байни субъектӣвӣ;

**@382.Омилҳои асосие, ки ба талабот таъсир мерасонанд?**

\$A) Нархҳои мол ва хизматрасониҳо, даромади истеъмолкунандагон, нархҳо ба молҳо-субститутҳо (ивазкунандаҳо);

\$B) Аз тарафи фирма назорат нашаванда, аксаран назоратшаванда;

\$C) Воқеан аз тарафи фирма назоратшаванда;

\$D) пурра назоратшаванда, танзимшаванда;

\$E) майянкунии тавакали сиёсӣ ва коркарди стратегияи пасткунии он;

**@383.Талабот ба кадоме аз ин омилҳои ғайринархӣ таъсир мерасонад?**

\$A) тағйирёбии табиӣи истеъмолкунандагон, шумораи истеъмолкунандагон, интизории истеъмолкунандагон, тағйирёбии эҳтиётот ва мӯд;

\$B) маҳсулотро дар ҳудуди миллӣ истехсол намуда ва дар бозори ҷаҳонӣ мефурушад;

\$C) иқтидори баланди инкишоф ва ҳиссаи зиёд дар бозор;

\$D) муайянкунии тавакали сиёсӣ ва коркарди стратегияи пасткунии он;

\$E) муайянкунии мақсаднок баромадан ба бозори хориҷӣ;

**@384.Пешниҳод ин?**

\$A) Маҷмӯи молҳои мебошанд, ки ба бозор бароварда мешаванд;

\$B) Ташкили хизматрасониҳои шабакавӣ;

\$C) Ташаккули муҳити маркетингии мол;

\$D) Коркарди молҳои нав, истеъмолгарони нав, сурати фурӯши моли нав;

\$E) Ташаккул, пешравии муҳити маркетингии моли бамақсадмувофиқ;

**@385.Қонуни пешниҳод ин?**

\$A) Чӣ қадаре, ки нархи мол баландтар бошад, миққдори бештари онро таҳвилгар омода аст, ки пешниҳод намояд;

- \$B) Характери шахсии мол, характери иқтисодии мол, ҳаракати моли нав ба бозор, дарёфти иеъмолгарон;
- \$C) Характери ҷамъиятии он, истифода аз шаклҳои гуногуни маркетинг, ҷузҳои маркетинг;
- \$D) Аз ҳисоби зиёд гаштан даромад пешниҳод зиёд мегардад ин қонуни арза низ номидан мумкин;
- \$E) Ҳамаи пешниҳодот ба мақсад мувофиқанд ва таҳлил карда шудаанд баъдан пешниҳод шудааст;

**@386.Ба пешниҳод кадом омилҳо таъсир мерасонанд?**

- \$A) Нархҳо ба захираҳо, Технологияҳои истеҳсолот, Андоз ва дотатсия;
- \$B) Истифодаи нишондиҳандаҳои миқдории ченкунанда;
- \$C) Қобили қабул фақат дар соҳаҳои муайян;
- \$D) Қобили қабул фақат дар соҳаҳои истеҳсолоташон зиёд;
- \$E) Имконият медиҳад, ки муаммора ба сохтор дароварда шавад;

**@387.Кадои омилҳо ба пешниҳод таъсир мерасонанд?**

- \$A) нархҳо ба молҳо-субститутҳо, миқдори харидорон, интизориҳои тағйирёбии нархҳо;
- \$B) камнамоии хароҷот ба реклама, камкунии доимии хароҷоти истеҳсолӣ;
- \$C) истеҳсоли моли монанд, ба мисли муассисаи бузург;
- \$D) қобили қабул фақат дар соҳаи истеҳсолоташон зиёд;
- \$E) имконият медиҳад, ки муаммо басохтор дароварда шавад;

**@388.Ба ҳаҷми талабот як қатор омилҳо таъсир мерасонанд?**

- \$A) Обу ҳаво, гармӣ, сармо, иққлим, офатҳои табиӣ;
- \$B) web-пурсишномаи стандартӣ;
- \$C) web-саҳифа;
- \$D) E-mail интиқол;
- \$E) Иттилоот, хабарномаҳо, таҳвили мол, навъи мол;

**@389.Маркетинги ивазшаванда (конверсионӣ)?**

- \$A) Бо мавҷудияти талаботи манфӣ алоқаманд, буда ҳама сегментҳо ва ё аксарияти сегментҳои муҳимми бозорҳои эҳтимолӣ мол ва ё хизмати мазкурро инкор мекунад;
- \$B) Онлайни гурӯҳҳо, пешниҳоди гурӯҳҳо, таклифоти гурӯҳҳо, усулҳои гурӯҳҳо, мақсади гурӯҳҳо, ҷамъи масъалаҳо гурӯҳҳо, тадбиқи гурӯҳҳо, навоварино қабул менамояд;

- \$C) Ҷойгир намудани анкетаҳо дар newsgroup;
- \$D) Саволномаи худтанзимшаванда;
- \$E) Интернет-форумҳо, конференсҳои телевизионӣ;

### **@390.Маркетинги ҳавасмандкунанда?**

- \$A) Бо бепарвоӣ ва ё берағбатии истеъмолкунандагон ба мол алоқаманд аст;
- \$B) Ташкили логистикаи тиҷоратӣ;
- \$C) Логистикаи тиҷоратии муттаҳидкардашуда;
- \$D) Истифодаи маркетинг дар тамсилаҳои логистикаи фурӯш;
- \$E) Пешниҳодот, таклифот, мақсад, вазифа, ин ҷалб намудани истеъмолгаронро дар назар дорад;

### **@391.Маркетинги тараққиёфта?**

- \$A) Ба ташаккули талабот ба молҳо алоқаманд аст;
- \$B) Калимаи русии электронный бизнес;
- \$C) Калимаи юнонии comers;
- \$D) Калимаи лотинии logos;
- \$E) пешниҳоди ба мақсад мувофиқ, дарёфти масъалаи нав;

### **@392.Талаботи ноустувор?**

- \$A) Ин ҳолатест, ки низоми талабот бо ноустувориҳои мавсимӣ ва дигар ноустувориҳо тавсиф карда шуда, баъзан ба сохтори пешниҳоди молҳо мувофиқат намекунад;
- \$B) Пулҳои ноустувор, мавҷудияти талаботи манфӣ алоқаманд, сегментҳо ва ё аксарияти сегментҳои муҳимми бозорҳои эҳтимоли мол ва ё хизмати мазкурро инкор мекунад;
- \$C) Маркетинги ноустувор, маркетинги устувор, маркетинги хизматӣ, маркетинги иттилоот;
- \$D) Банкинг ноустувор, бонкинг ноустувор, бонкинг устувор, маркетинги хизматӣ, бонкинг иттилоот;
- \$E) Хизматрасониҳои суғуртавии ноустувор, шаклҳои суғуртавӣ, намудҳои суғуртавӣ;

### **@393.Ғунҷоиши бозор?**

- \$A) Андозаи бозори мол ва ё хизматрасониҳои муайян дар маҷмӯи ҳаҷми фурӯш дар давраи ҳисоботӣ ва ё талаботи умумӣ ба дараҷаи молҳо буда, дар имконияти харидории аҳоли зоҳир мегардад;
- \$B) Бизнес-бизнес;

- \$C) Бизнес-истеъмолкунанда;
- \$D) Истеъмолкунанда-истеъмолкунанда;
- \$E) Бизнес-маъмурият ва истеъмолкунанда-маъмурият;

**@394. Дар амалияи умумичаҳонӣ чанд навъи ғунҷоиши бозор мавҷуд аст?**

- \$A) 3;
- \$B) 4;
- \$C) 6;
- \$D) 2;
- \$E) 5;

**@395. Навъҳои ғунҷоиши бозор?**

- \$A) Ҳақиқӣ, эҳтимоли ва дастрас;
- \$B) Ашъи хом;
- \$C) Маҳсулоти тайёр;
- \$D) Нимфабрикатҳо;
- \$E) Тақозо ва арза;

**@396. Усулҳои ҳисоби ғунҷоиши бозор?**

- \$A) “Аз поён ба боло”, “аз боло ба поён”, “дар асоси фурӯш” ;
- \$B) Шуҳратманд будани муассиса;
- \$C) Ҳаҷми зиёди бозор;
- \$D) Мукамал тадқиқбарии бозор;
- \$E) Камкунии хароҷот барои тадқиқотбари;

**@397. Чор ҷузъи муҳими маркетинг (4P) ?**

- \$A) Мол, нарх, тақсимот, ҳаракат;
- \$B) Муҳити стратеги;
- \$C) Муҳити динамикӣ;
- \$D) Назоратшаванда ва танзимшаванда;
- \$E) Пурра, ноপুরра, комил ва нокомил;

**@398. Мафҳуми “маҷмӯи маркетинг” ё худ “маркетинг-микс”-ро ки пешниҳод намудааст?**

- \$A) Нейл Борден;
- \$B) Филип Котлер;
- \$C) Даниел Старч;
- \$D) Чек Траут;

\$E) Чон Мейнер Кейнс;

**@399.Мафҳуми “маркетинг-микс”-ро Нейл Борден кадом сол пешниҳод намудааст?**

\$A) 1964;

\$B) 1692;

\$C) 1976;

\$D) 1965;

\$E) 1956;

**@400.Низоми “4P”-ро ки пешниҳод намудааст?**

\$A) Цером Маккарти;

\$B) Филипп Котлер;

\$C) Даниел Старч;

\$D) Чек Траут;

\$E) Нейл Борден;

**@401.Низоми “4P”-ро Цером Маккарти кадом сол ба маркетинг дохил намуд?**

\$A) 1960;

\$B) 1692;

\$C) 1965;

\$D) 1968;

\$E) 1975;

**@402.Ақидаи “маркетинг-микс – яке аз концепсияҳои манбавии назария ва амалияи муосири маркетинг ба шумор меравад” ба ки таллуқ дорад?**

\$A) Филипп Котлер;

\$B) Нейл Борден;

\$C) Даниел Старч;

\$D) Чек Траут;

\$E) Чон Кейнс;

**@403.Стратегияи молӣ?**

\$A) Харидорон нишондиҳандаҳои маҳсулотро худашон супориш дода метавонанд;

\$B) Аз компютерҳои инфиродии дорои чунин функцияҳо назар ба дигар истеҳсолкунандагон арзонтар;



\$C) Фурӯши мол ба воситаи Интернет ва телефон, ихтисори хароҷотҳо нисбати тақсимои молҳо ва ба даст овардани сатҳи пастрини нарх;

\$D) Гузаронидани иқдомҳо оид ба тахфифи нарх, пешниҳоди купони дисконтӣ ба воситаи реклама;

\$E) Гузаронидани тахфифҳо оид ба нарх, пешниҳоди купони ба воситаи реклама;