***Маркетинг в сфере закупок***

***Тестовые задания***

***1. Что такое управление закупками?***

а) управление материальными потоками в процессе обеспечения

предприятия сырьём и материалами;

б) управление материальными потоками на транспорте;

в) управление материальными потоками в процессе хранения грузов на складах;

г) управление материальными потоками в момент реализации

готовой продукции;

д) определение объемов закупок ресурсов.

***2. Выберите чуждую управлению закупками задачу***:

а) определение объема закупок;

б) координация процессов выполнения технологических операций;

в) выбор поставщика;

г) выбор вида транспорта;

д) координация транспортно-складского процесса.

***3. Методы поиска потенциальных поставщиков:***

а) объявление конкурса;

б) изучение рекламных материалов;

в) посещение выставок и ярмарок;

г) переписка и личные контакты с возможными поставщиками;

д) верны все ответы в равной мере.

***4. Должна ли служба снабжения, работая на собственное предприятие, в то же время преследовать цель повышения эффективности функционирования всей макрологистической системы?***

а) да, должна;

б) нет, это не входит в её обязанности;

в) когда как;

г) если будет просьба поставщика;

д) когда велик запас готовой продукции предприятия.

***5. Управление закупками – это процесс, включающий последовательное выполнение следующих функций:***

*а)* планирование, организация закупок и хранения ресурсов, контроль и МТО внутренних подразделений;

*б)* планирование, организация закупок, МТО внутренних подразделений и контроль;

*в)* исследование рынка, планирование, организация закупок и хранения ресурсов, МТО внутренних подразделений и контроль;

*г)* организация закупок и хранения ресурсов, МТО внутренних подразделений и контроль;

*д)* планирование, организация закупок, снабжение подразделений и исследование рынка.

***6. Основными методами определения потребности в материальных ресурсах являются:***

*а)* прямого и обратного счета;

*б)* динамических коэффициентов и прямого счета;

*в)* суммирования заявок и прогнозирования;

*г)* метод наблюдений;

*д)* метод экспертных оценок.

***7. Организационное построение службы МТС может осуществляться по следующим признакам:***

*а)* по товарному и функциональному;

*б)* по смешанному;

*в)* по национальному;

*г)* по рынкам закупок или группам поставщиков;

*д)* по демографическому.

***8.Функциями оптовых организаций являются:***

*а)* изучение конъюнктуры рынка и спроса оптовых покупателей;

*б)* определение потребности в товарных ресурсах;

*в)* закупка и накопление товарных запасов;

*г)* предоставление оптовых услуг;

*д)* розничная продажа товаров.

***9. Система госзакупок включает следующие основные этапы:***

а) изучение конъюнктуры рынка и спроса на товары;

б) определение потребности в товарах, работах и услугах;

в) установление порядка формирования и размещения заказов;

г) определение источников финансирования;

д) осуществление контроля закупок.

***10. Современные тенденции развития процесса снабжения можно выразить как:***

а) управленческий акцент;

б) стратегия закупок;

в) интеграция в корпоративную стратегию;

г) минимизация затрат на снабжение.

***11. Одним из основных факторов развития процесса снабжения является:***

а) кризис поставщиков;

б) повышение конкурентоспособности;

в) кризис сбыта;

г) желание руководства повысить значимость функции снабжения.

***12. Повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия посредством управления функцией снабжения может осуществляться при помощи следующих действий:***

а) борьба с инфляцией путем сопротивления нежелательному росту цен;

б) существенное сокращение денежных инвестиций в запасы сырья путем улучшения планирования и выбора поставщика;

в) влияние на взаимоотношения между различными структурными подразделениями предприятия в процессе распределения материально-технических ресурсов;

г) влияние на увеличение выпуска продукции и всего процесса производства путем установления отношений на самой ранней стадии между продавцами и покупателями ради достижения взаимной выгоды.

***13. Повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия посредством управления функцией снабжения может осуществляться при помощи следующих действий:***

а) улучшение качества закупаемой продукции и комплектующих, с тем чтобы улучшить качество и своевременность выпуска конечной продукции/предоставления услуг;

б) увеличение составляющей материально-технических ресурсов в себестоимости производимой продукции;

в) влияние на взаимоотношения между различными структурными подразделениями предприятия в процессе распределения материально-технических ресурсов;

г) влияние на увеличение выпуска продукции и всего процесса производства путем установления отношений на самой ранней стадии между продавцами и покупателями ради достижения взаимной выгоды.

***14. Концепция управления поставками зависит главным образом от:***

а) стратегии снабжения, выбранной предприятием;

б) степени развития и/или сложности производства;

в) отрасли экономики, в которой компания функционирует;

г) конкурентоспособности.

***15. Задачи функции снабжения можно рассматривать в следующих аспектах:***

а) нормативном;

в) стратегическом;

г) операционном;

д) поведенческом.

***16. Маркетинг отношений это:***

а) практика построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами, в том числе и поставщиками;

б) этический аспект маркетинговой политики;

в) установление неформальных отношений с потребителями, поставщиками и дистрибьюторами;

г) отношения поставщиков и потребителей.

***17. К вопросам маркетинговой логистики относятся:***

а) оптимизация денежных потоков предприятия;

б) оптимизация обработки заказов, складирования, оптимизации товарных запасов и транспортных потоков;

в) выбор поставщиков;

г) знание рынка поставщиков.

***18. Проводимые на предприятии закупки:***

а) являются дополнительным источником информации;

б) являются источником дополнительного дохода;

в) не являются важными компонентами маркетинговой политики;

г) не требуют стратегического планирования.

***19. Проводимые на предприятии закупки:***

а) влияют на конкурентоспособность/удовлетворение запросов клиента;

б) влияют на разработку социальной политики;

в) не влияют на себестоимость продукции;

г) не требуют систематизированного подхода.

***20. Риск в процессе снабжения возрастает при следующих условиях:***

а) размещение заказа у неизвестного и непроверенного поставщика;

б) размещение пробного заказа;

в) увеличение стоимости изделий;

г) поиск дополнительной информации.

***21. Риск в процессе снабжения уменьшается при следующих условиях:***

а) размещение заказа у неизвестного и непроверенного поставщика;

б) размещение пробного заказа;

в) увеличение стоимости изделий;

г) покупка неизвестного сырья, изделий или оборудования.

***22. Существующий поставщик - это:***

а) поставщик, отобран в ходе сравнения конкурентов и впоследствии получивший, как минимум, один заказ;

б) поставщик, оказывающий услуги предприятию не менее одного раза в полгода;

в) поставщик, работающий с предприятием не менее одного года и с периодичностью один раз в квартал оказывающий свои услуги;

г) поставщик, оказывающий услуги предприятию не менее одного раза в год.

***23. Оценка существующих поставщиков делится на:***

а) неформальную, формальную, полуформальную;

б) многофакторную;

в) многозадачную;

г) критериальную.

***24. При оценке потенциальных источников снабжения наиболее важными факторами являются:***

а) технические и инженерные возможности, производственный или дистрибьюторский потенциал;

б) складские мощности;

в) квалификация персонала;

г) место расположения.

***25. Средством полуформальной оценки является:***

а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;

б) ежегодные совещания между высшим менеджментом компании-покупателя и компании-поставщика;

в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;

г) множественный анализ свойств поставщика.

***26. Средством формальной оценки является:***

а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;

б) ежегодные совещания между старшим менеджментом компании-покупателя и компании-поставщика;

в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;

г) множественный анализ свойств поставщика.

***27. Средством неформальной оценки является:***

а) оценка личных контактов между поставщиком и служащими всех отделов компании покупателя;

б) ежегодные совещания между старшим менеджментом компании-покупателя и компании-поставщика;

в) фиксация по мере выполнения заказа сведения о том, отвечало ли выполнение заказа критериям качества, количества, стоимости, доставки, обслуживания и другим срокам и условиям;

г) множественный анализ свойств поставщика.

***28. «Критические» ресурсы и услуги - это:***

а) ресурсы и услуги, по которым неудовлетворительная деятельность поставщиков может обернуться серьезными проблемами для компании;

б) ресурсы и услуги, количество которых на складе составляет критически малый объем;

в) ресурсы и услуги, по которым необходима наиболее критическая оценка потенциальных компаний-поставщиков;

г) ресурсы и услуги, связанные с сезонными колебаниями спроса.

***29. Основные решения, принимаемые при выборе источника снабжения:***

а) выбор одного или нескольких источников снабжения, производитель или посредник, крупный или малый поставщик, местный или региональный поставщик;

б) организационная форма собственности поставщика;

в) размер штата поставщика;

г) время работы поставщика на рынке.

***30. Изучение материально-технических ресурсов включают следующие основные направления:***

а) закупленные материалы, продукция или услуги (оценка), потребности, поставщики, система закупок;

б) оптимизация складских запасов;

в) финансовое состояние предприятия;

г) конкуренты;

***31. Анализ ценности это:***

а) оценка ценности закупаемых материально-технических ресурсов;

б) сравнительная оценка функции, которую выполняют закупленные товары, с расходами в попытке найти вариант уменьшения расходов;

в) оценка ценности альтернативных источников удовлетворения потребности в материально-технических ресурсах;

г) сравнение закупочных и продажных цен.

***32. Анализ производственных возможностей поставщика это:***

а) сбор информации о предприятиях поставщика с уточнением их возможностей и ограничений;

б) оценка выбранной поставщиком стратегии развития;

в) изучение технологии производства, используемой поставщиком;

г) сбор конфиденциальной информации о поставщике.

***33. Контроль в системе управления закупками проводится:***

а) только на уровне стратегического управления;

б) только на уровне оперативно-тактического управления;

в) на уровне стратегического и оперативно-тактического управления;

г) только на уровне оперативного управления.

***34. Задачей контроля в системе управления закупками является:***

а) сравнение фактических и эталонных показателей;

б) определение направлений действий для улучшения существующего положения;

в) выявление виновных сотрудников за срыв плановых показателей;

г) определение приоритетных направлений снабжения.

***35. Изучение материально-технических ресурсов должно:***

а) служить основой для принятия верных решений в снабжении;

б) служить основой для планирования сбытовой политики фирмы;

в) обеспечивать бухгалтерию информацией относительно закупок и цен на материально- технические ресурсы в будущем;

г) определять основные направления маркетинговой политики предприятия.

***36. Анализ ценности впервые был разработан:***

а) Лоуренсом Майлсом;

б) Филиппом Котлером;

в) Адамом Смитом;

г) Майклом Портером.

***37. Что такое ABC-анализ:***

а) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по доле затрачиваемых на них денежных средств в общем объеме средств, выделяемых на обеспечения Компании МТР;

б) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по частоте;

в) разделение приобретаемых материально-технических ресурсов по стабильности закупок;

г) разделение поставщиков материально-технических ресурсов по объемам закупаемых Компанией МТР.

***38. Исследование поставщиков включает в себя:***

а) анализ финансового положения поставщиков;

б) оценка интенсивности конкуренции;

в) изучение других потребителей поставщика;

г) формирование целевых сегментов.

***39. Стратегическое планирование - это:***

а) постоянный процесс систематического принятия решений (с учетом риска) в области предпринимательства с пониманием возможных перспектив, организация систематических усилий по выполнению этих решений и оценки результатов данных решений относительно теоретических прогнозов путем организации постоянной обратной связи;

б) орудия конкурентной борьбы;

в) это план действий, предназначенный для достижения конкретных долговременных целей;

г) процесс взаимодействия организации со своим окружением, постановки краткосрочных целей и достижения текущих целей путем продуктивного и эффективного размещения ресурсов.

***40. Тендер - это:***

а) конкурсный отбор компаний-поставщиков;

б) прогноз развития рынка поставщиков;

в) отбор поставщиков материально-технических ресурсов и услуг посредством маркетинговых исследований;

г) контракт на поставку продукции.

***41. Стратегия - это:***

а) постоянный процесс систематического принятия решений (с учетом риска) в области предпринимательства с пониманием возможных перспектив, организация систематических усилий по выполнению этих решений и оценки результатов данных решений относительно теоретических прогнозов путем организации постоянной обратной связи;

б) орудия конкурентной борьбы;

в) это план действий, предназначенный для достижения конкретных кратковременных целей;

г) процесс взаимодействия организации со своим окружением, постановки долгосрочных целей и достижения бизнес-целей путем продуктивного и эффективного размещения ресурсов.

***42. Процесс планирования снабжения сконцентрирован на:***

а) формировании тактических преимуществ;

б) долгосрочных возможностях;

в) решении немедленных проблем;

г) текущих закупках.

***43. Принцип ABC-анализа основан на:***

а) законе Энгеля;

б) законе Парето;

в) законе Мальтуса;

г) правиле «тяжелой половины» Твельда.

***44. Типичными областями формирования целей снабжения являются:***

а) качество, стоимость, количество, сроки поставки.

б) выживание;

в) взаимодействие с окружением;

г) рост.

***45. Основными проблемами, которые приходится решать в процессе определения целей и стратегии компании, являются:***

а) интерпретация целей, выбор стратегии, интеграция;

б) координация;

в) дифференциация;

г) специализация.

***46. Под поддержкой снабжения со стороны поставщика понимается:***

а) систематизированное предоставление закупаемых материально-технических ресурсов по заранее определенным условиям;

б) поставка материально-технических ресурсов с условиями компенсацией компанией- поставщиком всех накладных расходов;

в) предоставление в распоряжение компании-покупателю знаний и способностей поставщика;

г) своевременная поставка продукции.

***47. При проведении закрытого тендера соблюдаются следующие условия:***

а) предложения на участие в тендере публикуется в средствах массовой информации;

б) предложения участников тендера вскрываются в закрытом помещении в присутствии ограниченного круга заинтересованных лиц;

в) предложения на участие в тендере высылаются ограниченному числу компаний, отобранных в результате исследования;

г) предложения на участие в тендере публикуется в специализированных изданиях.

***48. Карточка поставщика:***

а) учитывает субъективные и объективные показатели работы поставщика;

б) показывает складской остаток по каждому поставщику;

в) является системой учета нарушений со стороны поставщика;

г) является системой учета поставленной продукции.

***49. Система мониторинга товарных запасов:***

а) показывает складской остаток по каждому поставщику;

б) показывает количество товаров, которое необходимо закупить для пополнения складских запасов;

в) позволяет рассчитать оптимальные складские запасы;

г) позволяет оптимизировать складские запасы.

***50. К функциям склада относят:***

а) производство продукции с минимальными издержками   
б) поставка материальных ресурсов точно в срок   
в) временное размещение и хранение товаров (материальных запасов)   
г) поставка готовой продукции от производителя до потребителя.