

Тема 1. Сущность цены как экономической категории и ключевые концепции цены

Что означает категория «цена»?

- процесс формирования стоимости на товар или услугу
- количество денег, уплачиваемое за единицу товара или услуги
- значимость, полезность товара
- количество труда, затраченное на производство товара

Что означает категория «ценообразование»?

- процесс формирования стоимости на товар или услугу
- количество денег, уплачиваемое за единицу товара или услуги
- значимость, полезность товара
- количество труда, затраченное на производство товара

«Цена выступает экономическим инструментом, позволяющим организовать стоимостной учет самых различных хозяйственных процессов, измерение их результатов» - выражает следующую функцию цены:

- учетную (измерительную)
- стимулирующую
- распределительную
- регулирующую

«С помощью цен осуществляется перераспределение чистого дохода между отраслями экономики, регионами страны, производителем и потребителем» - выражает следующую функцию цены:

- учетную (измерительную)
- стимулирующую
- распределительную
- регулирующую

«Цена может оказывать поощрительное и сдерживающее воздействие на производство и потребление различных видов товаров» - выражает следующую функцию цены:

- учетную (измерительную)
- стимулирующую
- распределительную
- сбалансирования спроса и предложения

Выберите представителей теории трудовой стоимости:

- Ж.Б. Сэй и Р. Торренс
- К. Маркс и Ж.Б. Сэй
- Р. Торренс и А. Смит
- А. Смит и Д. Рикардо

Какое положение относится к трудовой теории стоимости?

- потребительная стоимость, или товар, имеет стоимость лишь потому, что в нем осуществлен, или материализован абстрактно, человеческий труд
- ценность товара измеряется величиной предельной полезности этого товара
- ценность товара определяется спросом и предложением на рынке

Кто считал, что прибыль есть неоплаченный труд наемных работников:

- К. Маркс
- А. Смит
- Ж. Б. Сэй
- А. Маршалл

Если рыночная цена ниже равновесной, то:

- появляются избытки товаров
- возникает дефицит товаров
- формируется рынок покупателя
- падает цена ресурсов

Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:

- падение спроса на второй товар
- рост спроса на второй товар
- увеличение объема спроса на второй товар
- падение величины спроса на второй товар

Равновесие спроса и предложения с учетом фактора времени впервые было исследовано:

- Е. Бем-Баверком
- А. Маршаллом
- П. Самуэльсоном
- Дж. Хиксом

Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:

- эффект замещения
- принцип убывающей предельной полезности
- эффект дохода
- закон предложения

Кардиналистская теория полезности отличается от ординалистской тем, что:

- не использует моделей
- не рассматривает субъективные предпочтения
- считает возможным количественное измерение полезности
- верно все перечисленное

Какой из следующих перечней значений общей полезности иллюстрирует закон убывающей предельной полезности?

- 10, 20,30, 40
- 10,20,35,55
- 10,20,40,80
- 10,25,35,40

Чтобы оказаться в положении равновесия, потребитель должен:

- не покупать недоброкачественных товаров
- быть уверенным, что цены всех приобретаемых им товаров пропорциональны общим полезностям
- уравновешивать предельные полезности последних единиц приобретаемых товаров
- распределять доход таким образом, чтобы последний рубль, истраченный на покупку какого-либо товара, приносил такой же прирост полезности, как и рубль, истраченный на покупку другого товара

Р.Торренс развивал теорию:

- издержек производства
- прибавочной стоимости
- предельной полезности
- спроса и предложения

Парадокс ценности А.Смита заключается в том, что:

- производитель ценности оказывается в то же самое время и потребителем
- более ценные для человека товары порой оказываются дешевле, чем менее ценные
- только при условии специализации можно производить более ценные продукты
- люди производят больше товаров и услуг, чем потребляют

Основоположником австрийской школы, представители которой развивали кардиналистскую теорию полезности, является:

- Г. Госсен
- К. Менгер
- Е. Бем-Баверк
- Й. Шумпетер

Если MU_x — предельная полезность яблок, а MU_y — предельная полезность груш и P_x — цена килограмма яблок, P_y — цена килограмма груш, то для рационального потребителя в состоянии равновесия будет верным следующее утверждение:

- $MU_x = MU_y$
- $MU_x / MU_y = P_x / P_y$
- $P_x = P_y$
- $MU_x / MU_y = P_y / P_x$

Если рациональный потребитель тратит 30 руб. в день на груши и 20 руб. на яблоки, то:

- рубль, потраченный на последний килограмм груш, приносит столько же полезности, что и рубль, потраченный на последний килограмм яблок
- потребитель предпочитает груши, а не яблоки
- груши приносят потребителю большую полезность, чем яблоки
- предельная полезность груш выше предельной полезности яблок

Потребительское равновесие на карте безразличия - это:

- любое пересечение бюджетной линии и кривой безразличия
- любая точка на самой высокой из кривых безразличия
- та точка, в которой наклон бюджетной линии равен наклону касательной к ней кривой безразличия
- любая точка, расположенная на бюджетной линии

Выберете неверное утверждение:

- каждая точка на кривой безразличия означает комбинацию двух товаров
- каждая точка на бюджетной линии означает комбинацию двух товаров
- все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень полезности
- все точки на бюджетной линии означают одинаковый уровень полезности

Бюджетное ограничение для потребителя представляет собой:

- линию общей полезности товара
- линию предельной полезности товара
- ограничение, налагаемое на выбор потребителя
- линию максимального удовлетворения потребителя

Цена товара X составляет 5 руб. Цена товара Y составляет 10 руб. Если потребитель оценивает предельную полезность товара Y в 30 единиц и желает максимизировать удовлетворение от покупки товаров X и Y, тогда он должен принять предельную полезность товара X за:

- 15 единиц
- 6 единиц
- 30 единиц
- 5 единиц

Предельная полезность товара X для потребителя составляет 10 единиц, а товара Y – 15. Цена X равна 2, цена Y равна 5. Находится ли потребитель в равновесии? Потребление какого товара он захочет увеличить?

- потребитель находится в равновесии; выгоднее потребление товара X, т.к. вложенный рубль дает больше полезности
- потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара X, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара У, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель находится в равновесии; потребление товаров Х и У одинаково полезно для потребителя

Полезность каждой потребляемой единицы зависит от количества продукции: при количестве 1 шт. - 8 единиц, при 2 шт. - 7 единиц, при 3 шт. - 6 единиц, при 4 шт. - 5 единиц. Цена товара 5р./ шт.. Какое количество продукции приобретет покупатель при данной цене? Как изменится выбор при снижении цены до 3 р. / шт. (1 единиц= 1 р.)?

—приобретет 2 шт., при снижении цены - 3 шт

—приобретет 1 шт., при снижении цены - 3 шт

—приобретет 2 шт., при снижении цены - 4 шт

—приобретет 2 шт., при снижении цены потребление не изменится

Цена товара Х составляет 10 руб. Цена товара У составляет 15 руб. Если потребитель оценивает предельную полезность товара У в 30 единиц и желает максимизировать удовлетворение от покупки товаров Х и У, тогда он должен принять предельную полезность товара Х за:

—15 единиц

—6 единиц

—20 единиц

—30 единиц

Цена товара Х составляет 5 руб. Цена товара У составляет 6 руб. Если потребитель оценивает предельную полезность товара У в 30 единиц и желает максимизировать удовлетворение от покупки товаров Х и У, тогда он должен принять предельную полезность товара Х за:

—20 единиц

—6 единиц

—30 единиц

—25 единиц

Предельная полезность товара Х для потребителя составляет 10 единиц, а товара У - 15. Цена Х равна 5, цена У равна 3. Находится ли потребитель в равновесии? Потребление какого товара он захочет увеличить?

—потребитель находится в равновесии; выгоднее потребление товара Х, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара Х, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара У, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель находится в равновесии; потребление товаров Х и У одинаково полезно для потребителя

Предельная полезность товара X для потребителя составляет 10 единиц, а товара Y – 15. Цена X равна 2, цена Y равна 3. Находится ли потребитель в равновесии? Потребление какого товара он захочет увеличить?

—потребитель находится в равновесии; выгоднее потребление товара X, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара X, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель не находится в равновесии; выгоднее потребление товара Y, т.к. вложенный рубль дает больше полезности

—потребитель находится в равновесии; потребление товаров X и Y одинаково полезно для покупателя

Тема 2. Система цен в экономическом механизме: виды, состав, структура

В состав оптовой отпускной цены входят следующие элементы:

—оптовая цена предприятия изготовителя и налоги

—себестоимость и прибыль

—оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка

Скользкая цена —это:

—цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения

—цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта

—цена, учитывающая инфляцию издержек

—цена, при которой производственная организация может лишь возмещать свои издержки

Основанием для выделения твердых цен является:

—степень регулирования

—устойчивость во времени

—ориентир для фиксации контрактных цен

—постоянство структурных элементов

Подвижная цена —это:

—цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемая в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара

—цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой

—зафиксированная при заключении контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится

—цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка

Особенность оптовых цен:

- назначаются на крупные партии товара
- по такой цене товар продается промежуточному потребителю
- по такой цене товар покупается для конечного потребления
- по такой цене товар продается населению

По стадиям движения товара выделяют:

- регулируемые цены
- закупочные цены
- скользящие цены

Не включается в свободную закупочную цену:

- оптовая отпускная цена
- снабженческо-сбытовая надбавка
- прибыль производителя
- торговая надбавка

При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если:

- изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж
- изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж
- изменения цен регистрируются через неравные интервалы
- цены остаются постоянными

В состав оптовой цены входят следующие элементы:

- оптовая цена предприятия изготовителя и налоги
- издержки, налоги и прибыль
- оптовая (отпускная) цена изготовителя, снабженческо-сбытовая надбавка и торговая наценка.

В основе разделения цен на цены франко-назначения и франко-отправления лежит:

- категория товара
- способ распределения транспортных затрат между продавцом и покупателем
- способ транспортировки товара

Особенность оптовых цен:

- назначают на крупные партии товара
- по такой мере товар продается промежуточному потребителю
- по такой мере товар покупается для конечного потребления
- по такой мере товар продается населению

Скользящая цена – это:

- цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения

- цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта
- цена, учитывающая инфляцию издержек
- цена, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки

основанием для выделения твердых цен является:

- степень регулирования
- устойчивость во времени
- ориентир для фиксации контрактных цен
- постоянство структурных элементов

По стадиям движения товара выделяют:

- регулируемые цены
- скользящие цены
- розничные цены

Одежда продается населению:

- по оптовой цене
- по биржевой цене
- по трансфертной цене
- по розничной цене

Покупателю в условиях инфляции более выгодна:

- твердая цена
- подвижная цена
- скользящая цена
- розничная цена

Продавцу в условиях инфляции более выгодна цена:

- твердая
- подвижная
- скользящая

Попытку согласовать интересы покупателя и продавца отражает цена:

- твердая
- подвижная
- скользящая

Цена твердая – это:

- цена, полученная на основе объективно обусловленных оценок затрат и дохода от реализации товара
- цена, ниже которой продавец не согласен продать свой товар, или цена, которую готов заплатить покупатель
- цена, установленная при заключении договора и остающаяся неизменной в течении всего срока его действия

—цена товаров, приобретаемых розничным торговцем у оптовика для дальнейшей перепродажи

Не включается в свободную закупочную цену:

- оптовая отпускная цена
- снабженческо-сбытовая надбавка
- прибыль производителя
- торговая надбавка

Если при расчете сопоставимых цен за базу принят период исследования, то цены предыдущих периодов необходимо:

- умножить на индекс инфляции
- оставить неизменными
- разделить на индекс инфляции

При расчете средних цен за несколько временных интервалов следует использовать среднюю арифметическую взвешенную:

- при одинаковых объемах продаж
- при значительных колебаниях объемов продаж
- при значительных качественных различиях в продаваемой продукции
- при продаже в разных сегментах рынка

Подвижная цена – это:

- цена разнородных по качеству товаров, устанавливаемых в среднем вне зависимости от индивидуальных качеств, сортов отдельных единиц товара
- цена, по которой товар реализуется с немедленной оплатой
- зафиксированная при заключении контакта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится
- цена, установленная на основе изучения спроса и предложения в условиях сильно монополизированного рынка

При анализе средних цен корректно применить среднюю взвешенную по объемам продаж, если,

- изменение цен не приводит к значительным изменениям объемов продаж
- изменение цен приводит к значительным изменениям объемов продаж
- изменения цен регистрируются через неравные интервалы
- цены остаются постоянными

Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на газ. Для оценки инфляции следует применять:

- индекс производителей промышленной продукции
- индекс потребительских цен
- индекс цен в строительстве

—индексы цен приобретенные промышленными организациями
топливно-энергетические ресурсы

Вам необходимо рассчитать изменение сопоставимых цен на пшеницу.
Для оценки инфляции следует применять:

- индекс цен производителей промышленной продукции
- индекс потребительских цен
- индекс цен производителей на реализованную сельскохозяйственную продукцию
- индекс на зерновые культуры

По характеру обслуживаемого оборота выделяют:

- регулируемые цены
- закупочные цены
- биржевые котировки
- скользящие цены

По формам продаж цены подразделяются на:

- биржевые котировки
- цены ярмарок и выставок
- аукционные цены
- все из вышеперечисленных

Какая из перечисленных цен обязательно включает страховку при перевозке морем?

- КАФ (СФР)
- СИФ
- ФОБ

Стоимость фрахта судна входит в цену:

- СИФ
- КАФ (СФР)
- и в первую, и во вторую
- ФОБ

Цена-брутто будет являться:

- трансфертной ценой
- фактурной ценой
- дистрибьюторской ценой
- твердой (постоянной ценой)

Полная себестоимость продукции включает в себя:

- амортизацию
- акциз
- торговую надбавку
- все вышеперечисленное

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 руб
- уровень рентабельности затрат – 20 %
- налог на добавленную стоимость – 6 руб
- наценка посреднических организаций – 5 руб
- торговая надбавка – 15 % к отпускной цене посредников

Определите оптовую цену предприятия:

- 51 руб
- 48 руб
- 40,15 руб.;

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 руб
- уровень рентабельности затрат – 20 %
- налог на добавленную стоимость – 6 руб
- наценка посреднических организаций – 5 руб
- торговая надбавка – 15 % к отпускной цене посредников

Определите розничную цену изделия:

- 59 руб
- 67,85 руб
- 66,20 руб
- 48 руб.

Разновидностью оптовой цены предприятия является:

- выпускная цена предприятий общественного питания
- трансфертная цена производственной кооперации
- цена на услуги населения

Цена FOB является:

- экспортной ценой
- импортной ценой

Цена CIF является:

- экспортной ценой
- импортной ценой

Цена FOB применяется при перевозке:

- железнодорожными визами транспорта
- водными видами транспорта
- воздушными видами транспорта

По сырьевым товарам мировые цены определяются:

- ценами бирж, аукционов
- ценами стран-экспортеров или импортеров
- ценами ведущих компаний на данном рынке

По готовым товарам мировые цены определяются:

- ценами бирж, аукционов
- ценами стран-экспортеров или импортеров
- ценами ведущих компаний на данном рынке

Мировые цены являются базовыми:

- при формировании цен на внутреннем рынке
- при определении базовых условий поставки и продажи
- при определении цен торгов

Мировые цены – это:

- цены крупных экспортных, импортных операций
- цены всех экспортных, импортных операций
- цены -нетто, цены -брутто
- цены FOB, CIF, DAF

Для целей ценообразования, определения, прогнозирования цен использования:

- плановая калькуляция себестоимости
- нормативная калькуляция себестоимости
- отчетная калькуляция себестоимости

Низкой доли себестоимости в структуре цены принимается решение (исключить неправильный ответ):

- о возможности активизации конкурентной стратегии
- о возможности снижения цен
- о снижении конкурентоспособности
- о необходимости привлечения заемных средств

Сокращенная себестоимость:

- включается в себестоимость конкурентных изделий
- списывается на финансовые результаты
- увеличивает валовую прибыль
- увеличивает базовый доход
- включается в смены затрат

В структуре государственного бюджета ведущую долю доходов занимает:

- НДС, уплачиваемый предприятиями и организациями
- налог на прибыль уплачиваемый предприятиями и организациями
- акциз по подакцизному товару, уплачиваемый предприятиями и организациями

При регулировании цены регулируется:

- прибыль
- рентабельность
- объем реализации

Для реализации конкурентоспособности изделий наиболее важное значение имеет оценка:

- емкости рынка
- рыночной доли
- прибыли
- рентабельности

Возвышение издержек оптовой торговли осуществляется:

- ценой закупки
- снабженческо-сбытовой надбавкой
- торговой надбавкой

В снабженческо-сбытовых надбавках не учитываются:

- расходы по хранению продукции
- прибыль необходимости для нормальной деятельности
- расходы по транспортировке продукции
- расходы по устранению брака в продукции
- расходы по фасовке продукции
- расходы по подсортировке продукции

Отпускная цена одного изделия составила 20 руб. (с учетом НДС), торговая наценка 15 %. Определить розничную цену, если изделие продается в заводском (фирменном) магазине

- 22,50 руб
- 22,60 руб
- 23 руб
- 27 руб
- 27,50 руб
- 27,60 руб

Отпускная цена с НДС одного изделия составила 20 руб., снабженческо-сбытовая надбавка – 20 %, торговая наценка – 15 %. Определить розничную цену одного изделия

- 22,50 руб
- 22,60 руб
- 23 руб
- 27 руб
- 27,50 руб
- 27,60 руб

Производитель является монополистом и настаивает на розничной цене одного изделия в 25 руб., компенсируя 10 % скидку от розничной цены предприятию розничной торговли. Определить оптовую отпускную цену одного изделия

- 22,50 руб
- 22,60 руб

- 23 руб
- 27 руб
- 27,50 руб
- 27,60 руб

Тема 3. Ценообразование и структура рынка.

Структура рынка определяется:

- количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации
- количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него
- стратегией фирм, структурой цены и издержек фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него
- только характером продукции и доступностью информации

Большее значение индекса Херфиндаля—Хиршмана означает (2ответа):

- менее концентрированный рынок
- более концентрированный рынок
- меньший уровень конкуренции и больший уровень рисков для клиентов
- больший уровень конкуренции и больший уровень рисков для клиентов

В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:

- цена продукта ниже минимальных средних издержек
- средние постоянные издержки выше цены продукта
- цена продукта ниже минимума средних переменных издержек
- цена продукта ниже предельных издержек

Кривая предложения конкурентной фирмы на краткосрочных временных интервалах - это:

- кривая предельных издержек
- снижающаяся часть кривой средних издержек
- возрастающая часть кривой средних издержек
- часть кривой предельных издержек, расположенная выше кривой средних переменных издержек

Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

- значительное число фирм, оперирующих в отрасли, выпускают стандартные товары
- все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке
- имеет место свободный вход и выход на этот рынок
- все предыдущие ответы верны

У конкурентной фирмы в положении равновесия:

- $MC = MR = P$

— $AR = MR > P$

— $P = AC - MC$

— $MR = P - AR$

Условием долговременного равновесия конкурентной фирмы является:

—равенство цены, предельных и минимальных средних издержек

—равенство средних постоянных издержек и цены продукта

—цена продукта ниже минимума средних переменных издержек

—цена продукта ниже предельных издержек

В отличие от конкурентной фирмы простая монополия стремится:

—производить продукции меньше, а цену устанавливать выше

—максимизировать прибыль

—устанавливать цену, соответствующую неэластичному участку кривой спроса

—производить продукции больше, а цену устанавливать выше

На рынке —два покупателя и монополия. При ценах 30, 25 и 20 руб. спрос первого покупателя равен 0 (при цене 30 руб.), 1 (при цене 25 руб.) и 2 единиц (при цене 20 руб.), а спрос второго покупателя —соответственно 1, 2 и 2 единиц. Себестоимость изделия равна 9. Найти максимальную величину прибыли монополиста

—21

—48

—44

—52

Если функция спроса на продукцию монополиста $P=12-Q$, а функция общих затрат $TC=2+(4+Q)*Q$, то цена, при которой монополист максимизирует прибыль, равна...

—2

—10

—11

—8

На рынке —два покупателя и монополия. При ценах 30, 25 и 20 руб. спрос первого покупателя равен 1 (при цене 30 руб.), 1 (при цене 25 руб.) и 2 единиц (при цене 20 руб.), а спрос второго покупателя —соответственно 1, 2 и 2 единиц. Себестоимость изделия равна 9. Найти максимальную величину прибыли монополиста

—46

—48

—44

—52

Если функция спроса на продукцию монополиста $P=10-Q$, а функция общих затрат $TC=2+(2+Q)*Q$, то цена, при которой монополист максимизирует прибыль, равна...

- 2
- 10
- 9
- 8

—На рынке —два покупателя и монополия. При ценах 30, 25 и 20 руб. спрос первого покупателя равен 1 (при цене 30 руб.), 2 (при цене 25 руб.) и 2 единиц (при цене 20 руб.), а спрос второго покупателя — соответственно 1, 2 и 3 единиц. Себестоимость изделия равна 9. Найти максимальную величину прибыли монополиста

- 42
- 64
- 55
- 60

Если функция спроса на продукцию монополиста $P=8-Q$, а функция общих затрат $TC=2+(4+Q)*Q$, то цена, при которой монополист максимизирует прибыль, равна...

- 8
- 7
- 2
- 6

На рынке —два покупателя и монополия. При ценах 40, 30 и 20 руб. спрос первого покупателя равен 1 (при цене 30 руб.), 2 (при цене 25 руб.) и 2 единиц (при цене 20 руб.), а спрос второго покупателя —соответственно 1, 2 и 3 единиц. Себестоимость изделия равна 9. Найти максимальную величину прибыли монополиста

- 62
- 84
- 55
- 76

Если функция спроса на продукцию монополиста $P=16-Q$, а функция общих затрат $TC=2+(4+Q)*Q$, то цена, при которой монополист максимизирует прибыль, равна...

- 13
- 16
- 14
- 6

Олигополия - это рыночная структура, где оперирует:

—большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт

- большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт
- небольшое количество конкурирующих фирм
- только одна крупная фирма

На рынке монополистической конкуренции:

- отдельный покупатель может влиять на цену продукции
- реклама не играет существенной роли
- товары отличаются по исполнению и условиям продажи
- производители имеют одинаковый доступ к информации

Что из ниже перечисленного не является условием совершенной конкуренции:

- свобода входа на рынок
- свобода выхода с рынка
- диверсификация производства
- большое число продавцов и покупателей

Монополистическая конкуренция характеризуется тем, что:

- фирмы не могут свободно входить в рынок и выходить из него
- на рынке действует небольшое, число фирм
- фирмы, действующие на рынке, выпускают дифференцированную продукцию
- фирмы, действующие на рынке, не обладают полной информацией о рыночных условиях

Если число фирм в отрасли стремится к бесконечности, то индекс Херфиндаля—Хиршмана:

- отрицателен
- стремится к нулю
- стремится к единице
- тоже стремится к бесконечности

Отличие ценообразования в условиях совершенной конкуренции от ценообразования в условиях несовершенной конкуренции заключается в том, что:

- в условиях совершенной конкуренции фирма вынуждена приспособливаться к существующей рыночной цене, а в условиях несовершенной конкуренции она может «диктовать» свою цену
- в условиях совершенной конкуренции фирма распространяет свое влияние на меньшее число агентов, чем в условиях несовершенной конкуренции
- в условиях совершенной конкуренции фирма применяет ценовую дискриминацию, а в условиях несовершенной конкуренции — неценовую дискриминацию
- в условиях несовершенной конкуренции у фирмы нет стимулов назначать цену выше предельных издержек

«Дилемма заключенного» — это игра, в которую играют:

- два олигополиста друг с другом
- олигополист с потребителем
- потребитель с монополистом
- все участники рынка совершенной конкуренции

Фирма-монополист исходит из того, что в долгосрочном периоде (2 ответа):

- необходимо признавать наличие эластичности спроса по цене
- рынок благ в меньшей степени защищен от конкурентов
- необходимо признавать отсутствие эластичности спроса по цене
- рынок благ в большей степени защищен от конкурентов

Ценовая дискриминация – это

- выгоды, получаемые обществом от монопольной власти
- установление разных цен на различные единицы одного и того же блага, не оправданное никакими различиями в издержках производства
- установление одинаковых цен на различные блага
- убытки или потери для общества в целом от монопольной власти

Социальная цена монополии —

- выгоды, получаемые обществом от монопольной власти
- установление разных цен на различные единицы одного и того же блага, не оправданное никакими различиями в издержках производства
- установление одинаковых цен на различные блага
- убытки или потери для общества в целом от монопольной власти

Коэффициент= Лернера — это

- экономический показатель монополизма конкретной фирмы, рассчитываемый как отношение разницы цены и предельных издержек к цене
- экономический показатель власти конкретной фирмы, рассчитываемый как отношение разницы выручки и издержек к выручке
- экономический показатель монополизма конкретной фирмы, рассчитываемый как отношение предельных издержек к цене
- коэффициент локализации фирмы, рассчитываемый как отношение рыночной доли фирмы к рыночной доле лидера

Первым экономистом, кто попытался создать теорию олигополии, был:

- Э. Чемберлин
- О. Курно
- Дж. Гэлбрейт
- К. Маркс

Модель дуополии Курно (2 ответа):

- описывает некооперативную количественную одновременную игру олигополистов

- предполагает, что фирмы максимизируют прибыль, принимая цены соперников заданными
- предполагает, что каждая фирма-олигополист стремится максимизировать свою прибыль, исходя из предположения о том, что ее соперники сохраняют текущий уровень производства
- предполагает, что фирма адаптирует имеющиеся примеры эффективного управления и методологии стратегического планирования

—Модель дуополии Бертрана (2 ответа):

- описывает некооперативную количественную одновременную игру олигополистов
- предполагает, что фирмы максимизируют прибыль, принимая цены соперников заданными
- предполагает, что каждая фирма-олигополист стремится максимизировать свою прибыль, исходя из предположения о том, что ее соперники сохраняют текущий уровень производства
- описывает некооперативную ценовую одновременную игру дуополистов

Ценообразование по принципу «издержки плюс»,

- заключается в определении издержек на единицу продукции, к которым добавляется накидка (надбавка)
- предполагает тайный сговор при установлении цен
- предполагает, что цена равна фактическим издержкам
- заключается в расчете цены на основе анализа безубыточности

Что из следующего является примером равновесия Курно:

- «дилемма заключенного»
- картель
- рынок труда
- монополистическая конкуренция

На рынке олигополии фирма может рассчитывать на рост величины спроса на свою продукцию при:

- снижении цены товара конкурирующей фирмы
- увеличении цены товара конкурирующей фирмы
- увеличении цен на дополняющие товары
- увеличении расценок на рекламу

Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

- совершенной конкуренцией
- монополистической конкуренцией
- олигополией
- монополией

Если фирмы, действующие на рынке, не получают экономической прибыли в долгосрочном периоде, то такая рыночная структура называется:

- монополией
- совершенной конкуренцией
- олигополией
- монополией

— Рост средних издержек монополиста ведет к:

- росту цены на ту же величину
- росту цены только в том случае, если предельные издержки тоже возрастают
- уменьшению цены, так как монополист вынужден продавать больше, чтобы покрыть возрастающие издержки
- росту цены, только если эластичность спроса больше единицы

В условиях совершенной конкуренции цена равна минимальным средним издержкам

- в краткосрочном периоде
- в долгосрочном периоде
- всегда
- никогда

Если ваша фирма снизит свою цену, конкуренты соответственно снизят свои цены, но если вы повысите ее, ни одна фирма не последует вашему примеру. Это означает, что ваша фирма:

- имеет «ломаную» кривую спроса
- является ценовым лидером на олигополистическом рынке
- наиболее эффективная в отрасли
- одна из конкурентных фирм в отрасли

На долгосрочном временном интервале:

- фирмы, оперирующие в условиях совершенной конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль
- фирмы, оперирующие в условиях монополистической конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль
- олигополисты и монополисты, оперирующие на неконкурентных рынках, могут получать экономическую прибыль
- все утверждения верны

Количественные отношения, в которых потребительские ценности одного рода обмениваются на потребительские ценности другого рода – это:

- меновая стоимость
- полезность
- ни то, ни другое
- взаиморасчет

Если предельные издержки превышают средние издержки при объеме производства, максимизирующем прибыль, то фирма:

- получает положительную прибыль
- выбирает объем производства, соответствующий точке, расположенной правее минимума кривой средних издержек
- не прекратит производство
- все предыдущие ответы верны

Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:

- имеет отрицательный наклон
- горизонтальная линия при данном уровне цены
- вертикальная линия при данном объеме предложения
- имеет наклон $1/n$, где n - число фирм в отрасли

Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна:

- остановить производство как можно скорее
- продолжать производство товаров на уровне, где $P = MC$, если $P > AVC$
- продолжать производство товаров на уровне, где $P < MC$, если $P > AVC$
- сократить накладные расходы на уровне, где $P > MC$, если $P < AVC$

Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на свой продукт, если:

- средние издержки падают
- затраты на рекламу растут
- предельный доход выше предельных издержек
- предельный доход равен переменным издержкам

Выручка монополиста с ростом объема продаж:

- увеличивается
- остается постоянной
- уменьшается
- может увеличиваться или уменьшаться

Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

- выпускаются дифференцированные товары
- на рынке оперирует множество покупателей и продавцов
- каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт
- выпускаются однородные товары

Что из следующего не приводит к монополии:

- лицензии, дающие разрешение на право выполнения некоторых действий
- авторские права на продукты интеллектуальной собственности
- контроль над единственным источником товара, поставщиком

—производство и сбыт товара, имеющего много близких субститутов

Что из ниже перечисленного не является условием совершенной конкуренции:

- свобода входа на рынок
- свобода выхода с рынка
- диверсификация производства
- большое число продавцов и покупателей

Что из ниже перечисленного является признаком только совершенной конкуренции:

- фирма не обладает рыночной властью
- фирма максимизирует прибыль
- фирма получает экономическую прибыль в долгосрочной перспективе
- линия спроса представляет собой линию средней выручки

На рынке —два покупателя и монополия. При ценах 40, 30 и 20 руб. спрос первого покупателя равен 0 (при цене 30 руб.), 1 (при цене 25 руб.) и 2 единиц (при цене 20 руб.), а спрос второго покупателя —соответственно 1, 2 и 3 единиц. Себестоимость изделия равна 9. Найти максимальную величину прибыли монополиста

- 63
- 31
- 55
- 70

Если функция спроса на продукцию монополиста $P=6-Q$, а функция общих затрат $TC=2+(2+Q)*Q$, то цена, при которой монополист максимизирует прибыль, равна...

- 6
- 3
- 5
- 2

Тема 4. Концепция регулирования цен

Как утверждают К. Макконнел и С. Брю, цена выступает как «количество денег (или других товаров и услуг), уплачиваемое и получаемое за единицу товара или услуги». В данном случае имеется в виду функция цены:

- измерительную
- соизмерительную
- учетную
- регулирующую

Сравнивая цены разных товаров, мы можем их дифференцировать на дорогие и дешевые. В этом случае проявляется функция цены:

- измерительную

- соизмерительную
- учетную
- регулирующую

Если цена выступает как денежное выражение общественно признанных затрат труда и его полезности, то она выполняет функцию:

- учетную
- регулирующую
- стимулирующую
- перераспределительную

Если цена выступает как инструмент регулирования экономических процессов: уравнивает спрос и предложение, увязывая их с денежно-платежной способностью производителя и потребителя, - то она выполняет функцию:

- соизмерительную
- учетную
- регулирующую
- стимулирующую

Если уровень цены служит стимулом к применению наиболее экономичных методов производства и наиболее полному использованию ресурсов, то выполняется функция цены:

- учетную
- регулирующую
- стимулирующую
- перераспределительную

Какая функция цены связана либо с государственным воздействием на уровень и структуру цен, либо с действиями монополий или олигополии, когда те с помощью цен регулируют свои доходы и перспективу:

- учетную
- регулирующую
- стимулирующую
- перераспределительную

При отсутствии на соответствующем рынке товаров сделок по идентичным (однородным) товарам или недоступности информационных источников для определения рыночной цены не может использоваться метод:

- метод цены последующей реализации
- затратный метод
- метод определения цен с ориентацией на конкуренцию

Регулирование цен на продукцию предприятий – монополистов может осуществляться в форме применения цен:

- скользящих

- предельных
- прейскурантных
- сезонных

В России стратегия монополистического ценообразования:

- разрешается
- запрещена законом
- запрещена этикой рынка
- законом не запрещена

К формам прямого вмешательства государства в процесс ценообразования не относится:

- общее замораживание цен
- установление фиксированных цен и тарифов
- установление пределов возможного роста цены за определенный период времени или предельного уровня цены
- создание условий для развития здоровой конкуренции и предпринимательства

К формам прямого вмешательства государства в процесс ценообразования не относится:

- установление предельного норматива рентабельности
- установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок, наценок
- разработка специальных правительственных программ по развитию производства товаров народного потребления, расширению услуг, оказываемых населению, увеличению жилищного строительства за счет государственных бюджетных ассигнований
- установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции

К формам косвенного государственного регулирования цен не относится:

- декларирование цен
- государственное финансирование НИР на разработку и создание новых видов продукции
- государственное стимулирование привлечения в страну иностранных инвестиций, создания совместных предприятий
- эффективное использование таможенных тарифов, льготных таможенных пошлин для стимулирования товарной интервенции по тем видам продукции, по которой в стране дефицит или которая предназначена для социально незащищенных групп населения

Участие государства в формировании уровней, структуры и движения цен, установлении определенных правил ценообразования - это:

- прямое вмешательство государства в ценообразование
- косвенное вмешательство в ценообразование

Применение государством совокупности способов и средств, способствующих расширению товарного предложения на рынке, управлению доходами населения, регулированию налогов как на производимую, так и потребляемую продукцию - это:

- прямое вмешательство государства в ценообразование
- косвенное вмешательство в ценообразование

Метод цены последующей реализации предполагает, что:

- рыночная цена определяется как разность цены, по которой такие товары реализованы покупателем при последующей реализации (перепродаже), и разумных затрат, понесенных покупателем для продвижения на рынок, последующей реализации им приобретенных товаров, работ, услуг а также наценки покупателю
- рыночная цена товара определяется как сумма произведенных затрат и наценки

Затратный метод ценообразования предполагает, что:

- рыночная цена определяется как разность цены, по которой такие товары реализованы покупателем при последующей реализации (перепродаже), и разумных затрат, понесенных покупателем для продвижения на рынок, последующей реализации им приобретенных товаров, работ, услуг а также наценки покупателю
- рыночная цена товара определяется как сумма произведенных затрат и наценки

Какие формы воздействия государства на цены выделяют в экономической литературе:

- проактивное и реактивное
- прямое и косвенное
- административное и прямое
- косвенное и реактивное

В каких условиях цены на товары лучше всего выполняют все свои функции:

- в условиях плановой экономики
- в условиях олигополии
- в условиях конкуренции
- в условиях монополии

Цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (или однородных) товаров в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях, признается:

- фиксированной ценой товара или услуги
- рыночной ценой товара или услуги
- сопоставимой ценой товара или услуги
- предельной ценой товара или услуги

Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации ценообразование распространяется на:

- банковские операции
- трудовые отношения
- оба варианта верны
- оба варианта не верны

Тема 5. Политика цен и ее содержание

- К основным целям ценовой политики не относится:
- краткосрочная максимизация прибыли
- краткосрочная максимизация оборота
- максимальное увеличение сбыта
- увеличение заработной платы сотрудников предприятия

Политика жизненного цикла товара не предполагает учета в ценообразовании фактора:

- изменения издержек в результате расширения объемов производства товара
- изменения покупательского спроса в зависимости от степени новизны товара
- учета времени нахождения товара на рынке
- наличия аналогичных товаров на рынке, реализуемых компаниями-конкурентами

Набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием, называется:

- стратегией ценообразования
- политикой цен на предприятии
- общей стратегией развития предприятия
- методикой установления цен

Значительные научно-исследовательские, опытно-конструкторские и производственные затраты, отсутствие фактических конкурентов, цена является показателем качества товара - это характеристики стадии жизненного цикла товара:

- разработки и вступления товара на рынок
- роста
- «зрелости» продукта
- падения

Продукт впервые сталкивается со своими конкурентами; для потребителя создается большая возможность выбора; возрастает информированность потребителя о товаре, что увеличивает его чувствительность к цене - это характеристики стадии жизненного цикла товара:

- разработки и вступления товара на рынок

- роста
- «зрелости» продукта
- падения

Появление на рынке наиболее чувствительной к цене группы потребителей; рынок насыщается продуктом; ослабевает конкуренция за счет отсева не выдержавших ее фирм; низкий уровень цены - это характеристики стадии жизненного цикла товара:

- разработки и вступления товара на рынок
- роста
- «зрелости» продукта
- падения

Товар заканчивает свое существование в условиях недогрузки производственных мощностей; прибыль и цена могут резко падать, но могут и стабилизироваться на низком уровне - это характеристики стадии жизненного цикла товара:

- разработки и вступления товара на рынок
- роста
- «зрелости» продукта
- падения

Получение сверхприбыли путем «снятия сливок» с тех покупателей, для которых новый товар имеет большую ценность и которые готовы заплатить за приобретаемое изделие больше нормальной рыночной цены - цель стратегии ценообразования:

- стратегии высоких цен
- стратегия средних цен (нейтральное ценообразование)
- стратегия низких цен (стратегия ценового прорыва)
- стратегия целевых цен

Преследует цель получения долговременных, а не «быстрых» прибылей и применяется с целью проникновения на рынок, увеличения доли рынка своего товара - стратегия ценообразования:

- стратегии высоких цен
- стратегия средних цен (нейтральное ценообразование)
- стратегия низких цен (стратегия ценового прорыва)
- стратегия целевых цен

При данной стратегии как бы ни менялись цены, объемы продаж, масса прибыли должна быть постоянной, то есть прибыль является целевой величиной:

- стратегия целевых цен
- стратегия льготных цен
- стратегия «следования за лидером»
- стратегия «связанного» ценообразования

Основная цель данной стратегии - увеличение объема продаж, которое, как правило, проявляется в применении различных скидок:

- стратегия целевых цен
- стратегия льготных цен
- стратегия «следования за лидером»
- стратегия «связанного» ценообразования

К формам изменения цен на продукцию не относится:

- снижение цен
- повышение цен
- сохранение цен

Фирма стремится к установлению и сохранению неизменных цен на протяжении длительного периода и вместо пересмотра цен уменьшает размер упаковки, изменяет состав товара - это характеристики стратегии:

- неизменных цен
- неокругленных, или психологических, цен
- ценовых линий
- ограничительных (дискриминационных) цен
- Первым этапом работ при разработке ценовой политики и стратегии на предприятии является:
- стратегический анализ
- сбор исходной информации
- финансовый анализ
- принятие решения об использовании конкретной ценовой стратегии

Разработка ценовой политики и стратегии предприятия не включает в себя этап:

- сбора исходной информации
- стратегического анализа
- формирования стратегии
- презентации стратегии органам государственного контроля

В рамках этапа сбора исходной информации не осуществляется мероприятие:

- оценка затрат
- уточнение финансовых целей предприятия
- определение перечня потенциальных конкурентов
- финансовый анализ

Этап стратегического анализа, который основывается на информации о возможных вариантах цены, продукте и затратах на его производство, о возможном выборе того сегмента рынка, в котором предприятие может завоевать покупателей более полным удовлетворением их требований:

- финансовый анализ
- сегментный анализ рынка
- анализ конкуренции

Этап стратегического анализа, на котором определяется, как наиболее выгодно дифференцировать цены на продукцию предприятия, чтобы максимально учесть различия между сегментами рынка по чувствительности покупателей к уровню цен продукции и по уровню затрат предприятия:

- финансовый анализ
- сегментный анализ рынка
- анализ конкуренции

Целью этого этапа стратегического анализа является оценка (прогнозирование) возможного отношения конкурентов к намечаемым изменениям цен на продукцию и тех конкретных мер, которые они могут предпринять в ответ:

- финансовый анализ
- сегментный анализ рынка
- анализ конкуренции

Политика максимального увеличения сбыта может дать положительный результат только при наличии условий (уберите лишнее):

- если чувствительность рынка к ценам очень велика (снизили цены – увеличился спрос)
- если можно снижать издержки производства и реализации в результате расширения объемов производства
- если снижение цен отпугнет конкурентов и они не последуют такому примеру
- если прибыль от продажи каждой единицы товара будет максимальной

Тема 6. Стратегические подходы к ценообразованию

Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:

- возможность позиционирования товара
- наличие свободных производственных мощностей
- высокая степень конкуренции
- низкая эластичность спроса

Убыточным лидером продаж называется товар:

- продаваемый по цене ниже себестоимости
- продаваемый с минимальной прибылью для привлечения к покупке других товаров фирмы
- продаваемый в меньшем количестве, чем другие товары
- продаваемый в большем количестве, чем другие товары

Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:

- при высокой эластичности спроса по цене
- низкой эластичности спроса по цене

- единичной эластичности спроса по цене
- положительной эластичности спроса по цене

Стратегия нейтрального ценообразования означает:

- установление цен на уровне фирм-конкурентов
- установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли
- расчет цен затратными методами
- установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.

Стратегия премиального ценообразования не применима:

- при высокой эластичности спроса по цене
- низкой эластичности спроса по цене
- высоких удельных переменных затратах
- низких удельных переменных затратах

Для дифференцированного ценообразования необходимо:

- высокоэластичный рыночный спрос
- умение изолировать рынки с целью устранения возможности переноски товара
- различная ценовая эластичность для отдельных субрынков
- наличие определенной монопольной власти фирмы-производителя

Стратегия дифференцированного ценообразования означает (исключить неправильный ответ):

- продажу товаров в кредит
- продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю
- продажу товаров по различным ценам разным покупателям
- продажу товаров по единым ценам всем покупателям

Для дифференцированного ценообразования необходимо:

- сегментирование покупателей по уровню доходов
- отсутствие паровых ограничений
- использование конкурентами дифференцированного ценообразования
- отсутствие возможности проникновения конкурентов на высокодоходный сегмент рынка

Стратегия ступенчатых премий означает:

- снижение цены товара по мере освоения рынка
- увеличение цены товара по мере освоения рынка
- увеличение премии продавцу за рост объемов продаж
- премиальные выплаты покупателю за увеличение закупок

Снижение цены товара по мере освоения рынка называется:

- стратегия убыточного лидера продаж
- стратегия ступенчатых премий
- стратегия премиального ценообразования
- стратегия нейтрального ценообразования.

Снижение цен возможно на следующих стадиях жизненного цикла:

- внедрения на рынок
- роста
- зрелости
- спада
- нет верного ответа

Основу риска при применении стратегии ценового прорыва составляют:

- недостаточная емкость рынка
- высокая доля переменных затрат
- отсутствие преимуществ перед конкурентами

Модификацией стратегии снятия сливок является:

- стратегия премиального ценообразования
- стратегия ступенчатых скидок
- стратегия ступенчатых премий

Стратегия ценового прорыва предполагает (исключить неправильный ответ):

- получение меньшей массы прибыли за счет увеличения объемов продаж
- расширение доли рынка и увеличение объемов продаж
- снижение маркетинговых расходов в отношении чувствительного к цене сегмента рынка

Стратегия ценового прорыва характеризуется (исключить неправильный ответ):

- высокой эластичностью спроса по цене
- низкой эластичностью спроса по цене
- низкой долей переменных затрат в цене товара
- возможностью развязывания ценовой войны как ответной реакции конкурентов

Стратегии ценового прорыва не характерны:

- для дешевых товаров (услуг) повседневного спроса
- для товаров (услуг) престижного спроса
- для товаров (услуг), которые сравнимы до потребления
- для товаров (услуг) для которых цена является значимым фактором

Стратегия нейтрального ценообразования предполагает (исключить неправильный ответ):

- установление цен на уровне переменных затрат
- установление цен в рамках ценового ряда
- установление цен согласно установившейся пропорции продаж

Вариантами стратегии дифференцированного ценообразования выступают (исключить неправильный ответ):

- стратегия плавающих скидок
- стратегия случайной скидки
- стратегия скидки на вторичном рынке

Вариантами стратегии дифференцированного ценообразования не являются:

- стратегия ценовой дискриминации
- стратегия демпинговых цен
- стратегия ценового ряда

К стратегиям дифференцированного ценообразования относятся:

- стратегия проникновения на рынок
- стратегия скидки на вторичном рынке
- стратегия сигнализирования ценами
- ценовая стратегия «имидж»

К стратегиям конкурентного ценообразования относятся:

- стратегия ценовой дискриминации
- стратегия скидки на вторичном рынке
- стратегия сигнализирования ценами
- ценовая стратегия «имидж»

К стратегиям ассортиментного ценообразования относятся:

- стратегия проникновения на рынок
- ценовая стратегия «имидж»
- стратегия сигнализирования ценами
- стратегия скидки на вторичном рынке

При разработке стратегии проводятся расчеты:

- величины объема продаж, оптимальная величина затрат для получения прибыли, уровень цен, полезности продукции
- полезности продукции, оптимальной величины затрат для получения прибыли, величина объема продаж
- обоснования рыночного уровня запрашиваемых цен, полезность продукции, величина затрат на производство и сбыт
- оптимальная величина затрат, полезность продукции, величина объема продаж

Алгоритм разработки ценовой стратегии:

1. стратегический анализ
2. оценка затрат
3. сегментный анализ
4. сбор исходной информации (ситуационный анализ)
5. оценка влияния государственного регулирования
6. уточнение финансовых целей предприятия
7. анализ конкуренции
8. определение потенциальных конкурентов

9. финансовый анализ деятельности предприятия для уточнения ассортиментной политики

10. определение потенциальных покупателей

11. окончательный выбор типа ценовой стратегии

Верна последовательность: {

—1,4,6,9,8,10,3,2,5,7,11

—8,4,2,6,7,9,3,5,10,9,11

—4,2,6,9,8,10,3,1,7,5,11

—1,3,4,2,9,6,7,8,10,5,11

—4,2,6,10,8,1,9,3,7,5,11

—4,2,9,6,1,8,10,3,7,5,11

Матрица качественно-ценового позиционирования формируется на основе расчета показателей:

—ценность товара, качество товара

—эластичность спроса по цене, качество товара

—цена товара, качество товара

—уровень цены, качество товара

Типы ценовых стратегий с позиции восприятия покупателем уровня цены (исключить неправильный ответ):

—стратегия «снятия сливок»

—стратегия пониженных цен

—стратегия равных цен

—стратегия ценового прорыва

—стратегия нейтрального ценообразования

—стратегия ступенчатых премий

Рынку совершенной конкуренции свойственна:

—стратегия следования за лидером

—стратегия связанного ценообразования

—стратегия ассортиментного ценообразования

Рынку олигополистической конкуренции свойственно:

—стратегия ассортиментного ценообразования

—стратегия сигнализирования ценами

—стратегия ценовых войн

Рынку монополистической конкуренции свойственна стратегия:

—стратегия ценовых войн

—стратегия средних цен

—стратегия следования за лидером

Организация периодически снижает цены. Минимальная цена продаж при производстве 40 единиц продукции равна 50 тыс. руб. за единицу. Конкуренты с такой же структурой затрат могут свободно выйти на

рынок. Какую стратегию должна выбрать организация при таких условиях?

- стратегию снижения средних цен на единицу продукции
- стратегию сигнализирования ценами
- стратегию низких цен
- стратегию ценового прорыва

Существует конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства. Организации А, В, С и Д выпускают одинаковую продукцию по 200 единиц за период каждая, но у организации А больше опыта, а средние затраты на единицу минимальные и равны 2 тыс. руб., она получает больше дохода, чем другие. Цена в настоящий момент составляет 4 тыс. руб. за единицу продукции. Потребители чувствительны к уровню цены и немедленно реагируют на ее изменение. Какую ценовую стратегию следует предпочесть организации А

- стратегию ценового прорыва
- стратегию агрессивных цен
- стратегию сигнализирования ценами

Организации могут производить товары двух уровней качества при условии, что минимальная цена продаж для товара низкого качества составляет 20 тыс. руб., высокого – 40 тыс. руб. за единицу. Во избежание конфликта престижа каждая организация выбирает производство товара только одного уровня качества и может продавать его по любой цене: 20 или 40 тыс. руб. за единицу. Но некоторые организации продают высококачественный товар по 40 тыс. руб., а низкокачественный – по 20 тыс. руб. за единицу. Покупатели могут быстро находить низкую цену, позвонив по телефону или просмотрев прейскурант. Обычно они предпочитают более высокое качество, но для определения дифференциации качества и цен затрачивают 1 час. Кроме того, покупатели различаются в отношении оценки полезности своего времени. Какой вариант цены выберут организации (исключить неправильный вариант):

- продавать высококачественный товар по цене менее 40 000 рублей
- продавать низкокачественный товар по цене более 30 000 рублей
- продавать низкокачественный товар по цене более 40 000 рублей

Тема 7. Тактические аспекты ценовой политики

При какой тактике ценообразования фирма стремится установить цены на уровне, близком к цене товара, реализуемого ведущим продавцом (по объему продаж и качеству товаров)?

- «следование за лидером»
- «снятия сливок»
- «прорыва» («глубокого проникновения» на рынок)
- «престижных цен»

Какая тактика ценообразования применяется при внедрении предприятия на новый для него рынок и состоит в том, что начальная цена устанавливается на достаточно высоком уровне?

- «следование за лидером»
- «снятия сливок»
- «прорыва» («глубокого проникновения» на рынок)
- «престижных цен»

Предполагая высокую степень эластичности спроса относительно цены, предприятие устанавливает начальную цену на низком уровне, а большие объемы продаж позволяют снижать относительные затраты на производство и сбыт уже на начальной стадии жизненного цикла товара - это характеристика тактики ценообразования:

- «следование за лидером»
- «снятия сливок»
- «прорыва» («глубокого проникновения» на рынок)
- «престижных цен»

Суть какой тактики ценообразования состоит в том, что предприятие, производящее несколько тесно связанных условиями применения товаров, устанавливает цену на основной продукт является достаточно низкой, тогда как цену на сопутствующий продукт – высокой?

- «следование за лидером»
- «связанного ценообразования»
- «снятия сливок»
- «престижных цен»

Какая тактика ценообразования предполагает высокую степень уверенности предприятия в качестве своего товара и ориентацией на определенный, как правило, элитный круг покупателей?

- «следование за лидером»
- «связанного ценообразования»
- «снятия сливок»
- «престижных цен»

По территории действия цены делятся на (уберите лишнее):

- цены единые (поясные)
- цены региональные (местные)
- зональные цены для возмещения транспортных расходов

Какие цены определяются и регулируются государственными органами и устанавливаются на газ, электроэнергию, коммунальные услуги, транспорт?

- цены единые (поясные)
- цены региональные (местные)
- зональные цены для возмещения транспортных расходов

—цены, определяемые на основе базисного пункта

Какие цены устанавливаются и регулируются местными органами власти, зависят от издержек производства и реализации, характерных для конкретной местности?

—цены единые (поясные)

—цены региональные (местные)

—зональные цены для возмещения транспортных расходов

—цены, определяемые на основе базисного пункта

По порядку возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов цены делятся на (уберите лишнее):

—цены в месте, где производится продукция

—единые цены, включающие расход на доставку

—зональные цены

—цены, определяемые на основе базисного пункта

—единые (поясные) цены

Какой вид цен действует для всех покупателей, независимо от их удаленности от непосредственного места производства и имеет большие преимущества для покупателей, находящихся на большом расстоянии от места производства?

—цены в месте, где производится продукция

—единые цены, включающие расход на доставку

—цены, определяемые на основе базисного пункта

—единые (поясные) цены

Какие цены устанавливаются в пределах определенных географических зон и предполагают, что чем удаленнее зона от места производства, тем выше цена?

—цены в месте, где производится продукция

—зональные цены

—цены, определяемые на основе базисного пункта

—единые (поясные) цены

Какой вид цен рассчитывается следующим образом: предприятие устанавливает в нескольких географических зонах базисные цены на свою продукцию, на основе которых рассчитываются цены продажи в остальных географических зонах посредством прибавления к цене ближайшего от покупателя базисного пункта расходов на транспортировку?

—цены в месте, где производится продукция

—зональные цены

—цены, определяемые на основе базисного пункта

—единые (поясные) цены

По какой цене покупатель приобретает товар непосредственно в месте изготовления и самостоятельно покрывает все расходы на перевозку продукции до пункта назначения?

- цены в месте, где производится продукция
- единые цены, включающие расход на доставку
- цены, определяемые на основе базисного пункта
- единые (поясные) цены

Какой вид цен является показателем внешнеэкономических связей государства и зависит от цен, действующих на мировых рынках?

- цены, определяемые на основе базисного пункта
- единые (поясные) цены
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот
- мировые цены

Как называется выражение интернациональной стоимости товара в денежном эквиваленте, на уровень которого влияют спрос и предложение на мировом рынке, изменения валютных курсов, инфляция?

- цены, определяемые на основе базисного пункта
- единые (поясные) цены
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот
- мировая цена

Какой вид цен устанавливается в результате взаимодействия спроса и предложения и, как правило, с насыщением рынка понижается?

- долговременная цена
- скользящая (падающая) цена
- цены потребительского сегмента рынка
- гибкая цена

Какая цена устанавливается на товары, пользующиеся массовым спросом, и не изменяется в течение длительного периода времени?

- долговременная цена
- скользящая (падающая) цена
- цены потребительского сегмента рынка
- гибкая цена

Какие цены устанавливаются на примерно одинаковые виды товаров и услуг, но продаваемые группам населения с различным уровнем доходов и в связи с этим неодинаковые?

- долговременная цена
- скользящая (падающая) цена
- цены потребительского сегмента рынка
- гибкая цена

Как называется цена, которая изменяется под воздействием спроса и предложения, и используется при резких колебаниях спроса и предложения в короткие периоды времени?

- долговременная цена
- скользящая (падающая) цена
- цены потребительского сегмента рынка
- гибкая цена

Как называется вид сниженных цен на товары фирм, занимающих лидирующее положение на рынке (доля рынка которых составляет 70-80%)?

- цены на товары, выпуск которых прекращен
- преимущественная цена
- цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий
- договорная цена

Какие цены устанавливаются на снятые с производства изделия при реализации их ограниченному кругу покупателей, имеющих потребность именно в этих товарах?

- цены на товары, выпуск которых прекращен
- преимущественная цена
- цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий
- договорная цена

Как называется вид цен, устанавливаемых на товары, которые являются дополнительными к другим товарам, реализуемым по нормальной цене, и используются в качестве рекламы продукции предприятия?

- цены на товары, выпуск которых прекращен
- преимущественная цена
- цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий
- договорная цена

Как называется цена, при установлении которой учитываются различные льготы и скидки с обычной цены?

- цены на товары, выпуск которых прекращен
- преимущественная цена
- цена, установленная ниже, чем у большинства предприятий

Как называется скидка, которая предоставляется с прејскурантной (справочной) цены продукции и предоставляется, как правило, при оплате наличными?

- общая (простая) скидка
- скидка за оборот, или бонусная скидка
- скидка за количество или серийность (прогрессивная скидка)
- дилерская скидка

Как называется скидка, которая предоставляется покупателю на основе договоренности о покупке заранее определенного увеличивающегося со временем количества продукции?

- общая (простая) скидка
- скидка за оборот, или бонусная скидка
- скидка за количество или серийность (прогрессивная скидка)
- дилерская скидка

Какая скидка предоставляется постоянным покупателям на основании специальной договоренности, на основе которой определятся шкала скидок, устанавливающая зависимость между достигнутым в течение определенного периода времени оборотом и размером скидки?

- общая (простая) скидка
- скидка за оборот, или бонусная скидка
- скидка за количество или серийность (прогрессивная скидка)
- дилерская скидка

Как называются скидки, которые предоставляются покупателям, в заказах которых продавцы сильно заинтересованы (например, скидки на пробные партии и скидки за длительность отношений)?

- скидки за возврат
- экспортные скидки
- скрытые скидки
- специальные скидки

Какие скидки предоставляются иностранным покупателям с целью повысить конкурентоспособность товара на внешнем рынке?

- скидки за возврат
- экспортные скидки
- скрытые скидки
- специальные скидки

Как называются скидки, предоставляемые покупателю при условии возврата ранее купленной у данной фирмы устаревшей модели или товара устаревшего образца?

- скидки за возврат
- экспортные скидки
- скрытые скидки
- специальные скидки

Как называются скидки, которые предоставляются покупателям в форме скидок на фрахт, льготных или беспроцентных кредитов, посредством оказания бесплатных услуг или предоставления бесплатных образцов?

- скидки за возврат
- экспортные скидки
- скрытые скидки
- специальные скидки

Тема 8. Методологические основы ценообразования: показатели, подходы, методы определения цены

Выполнение какого количества последовательных этапов обычно предполагает расчет цены на товар:

- пяти
- четырех
- восьюми
- десяти

Как называется первый этап процесса расчета цены на товар?

- постановка целей и задач ценообразования
- определение спроса
- оценка издержек производства
- анализ цен и качества товаров конкурентов

Как можно кратко описать второй этап процесса расчета цены на товар?

- постановка целей и задач ценообразования
- определение спроса
- оценка издержек производства
- анализ цен и качества товаров конкурентов

На каком этапе фирма определяет постоянные, переменные, валовые издержки производства при различных объемах выпуска?

- определение спроса
- оценка издержек производства
- анализ цен и качества товаров конкурентов
- выбор метода ценообразования

На каком этапе расчета цены предприятие изучает цены и качество аналогичных изделий конкурентов, чтобы более объективно определить положение своего товара по отношению к товарам фирм-конкурентов?

- расчет исходной цены
- оценка издержек производства
- анализ цен и качества товаров конкурентов
- выбор метода ценообразования

На каком этапе расчета цены на товар выбирают способ, который позволяет более правильно определить цену на конкретный товар?

- расчет исходной цены
- оценка издержек производства
- анализ цен и качества товаров конкурентов
- выбор метода ценообразования

На каком этапе расчета цены осуществляется учет ряда неосновных факторов, влияющих на уровень цены?

- учет дополнительных факторов
- выбор метода ценообразования
- расчет исходной цены
- установление окончательной цены

На каком этапе расчета цены на основе выбранного метода определяется возможный уровень цены?

- учет дополнительных факторов
- выбор метода ценообразования
- расчет исходной цены
- установление окончательной цены

На каком этапе расчета цены устанавливается конечный уровень цены, оформляются соответствующие документы?

- учет дополнительных факторов
- выбор метода ценообразования
- расчет исходной цены
- установление окончательной цены

Все методы ценообразования могут быть объединены в три большие группы (исключите лишнее):

- затратные
- рыночные
- подходные
- эконометрические

Согласно В.Е. Есипову, наиболее популярными методами ценообразования в Японии являются:

- затратные методы
- маркетинговые методы
- методы, учитывающие конкурентные условия рынка
- методы, ориентированные на движение спроса

При исчислении рыночной цены в настоящее время наиболее широко применяются следующие затратные методы (уберите лишнее):

- метод, основанный на определении полных издержек
- метод, ориентирующийся на прямые затраты и в то же время учитывающий совокупность всех рыночных условий, особенно условий сбыта
- метод «запечатанного конверта», или тендерного ценообразования
- метод, основанный на расчете точки безубыточности

Какой метод расчета цены заключается в том, чтобы оценить полные затраты при различных программах производства товара и определить объем выпуска, реализация которого по определенной цене позволит окупить соответствующие капиталовложения?

- метод определения прямых затрат

- метод, основанный на расчете точки безубыточности
- метод учета рентабельности инвестиций
- метод текущей цены

К рыночным методам ценообразования относится (исключите лишнее):

- метод текущей цены
- метод «запечатанного конверта», или тендерного ценообразования
- метод определения цен, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка
- метод удельных показателей

Какой метод рыночного ценообразования используется, как правило, на рынках однородных товаров, с высокой степенью конкуренции, где фирма имеет ограниченные возможности влияния на цены?

- метод текущей цены
- метод нахождения равновесия между издержками производства и состоянием рынка
- метод анализа безубыточности
- метода прямых затрат

Какой метод наиболее распространен на предприятиях с четко выраженной товарной дифференциацией для расчета цен традиционных товаров, а также для установления цен на совершенно новые товары, не имеющие ценовых прецедентов?

- метод полных затрат
- метода прямых затрат
- метод текущей цены
- метод определения цен с ориентацией на конкуренцию

Сущность какого метода состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки-прибыли, при этом постоянные расходы погашаются из разницы между суммой цен реализации и переменными затратами на производство продукции?

- метод полных затрат
- метода прямых затрат
- метод текущей цены
- метод определения цен с ориентацией на конкуренцию

Какой метод ценообразования оправдан в том случае, если гарантированная продажа по несколько более высокой цене достаточна, чтобы покрыть накладные расходы, а надбавка делается только к предельно высокой себестоимости производства каждой последующей единицы уже освоенного товара или услуги?

- метод предельных издержек
- метод полных затрат
- метод текущей цены
- метод определения цен с ориентацией на конкуренцию

Сущность какого затратного метода ценообразования сводится к определению критической точки такого объема продукции, при реализации которого достигается нулевой результат?

- метод текущей цены
- метод нахождения равновесия между издержками производства и состоянием рынка
- метод анализа безубыточности
- метода прямых затрат

Какой из методов затратного ценообразования учитывает фактор платности финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации товара?

- метод определения прямых затрат
- метод, основанный на расчете точки безубыточности
- метод учета рентабельности инвестиций
- метод удельных показателей

Какая группа методов исходит из позиции, что основным фактором ценообразования являются не издержки продавца, а покупательское восприятие, позволяющее покупателю из всей предложенной гаммы выбрать наиболее оптимальный с точки зрения цены и качества товар?

- затратные
- рыночные
- подходные
- эконометрические

Необходимость установления на каждую из моделей ассортимента своей цены с учетом того, что покупатели подразделяются на группы в зависимости от уровня их требований, а каждый сегмент рынка имеет свою уникальную эластичность спроса, предполагает разработку:

- ценовых линий
- туннелей издержек
- графиков производства продукции

При разработке ценовой линии следует учитывать правила (уберите лишнее):

- цены должны быть достаточно отдалены друг от друга, чтобы потребители осознавали качественные различия между моделями
- в верхнем диапазоне цен должна быть большая дифференциация, поскольку потребительский спрос при высокой цене менее эластичен
- не должны учитываться потребительские свойства изделия и альтернативные способы использования продукции
- соотношение цен между разновидностями товара должно сохраняться при изменении издержек для того, чтобы сохранялись установленные различия

Совокупность конструктивно и (или) технологически однородных изделий, предназначенных для выполнения одних и тех же функций и отличающихся друг от друга значениями основных технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми производственными операциями, называется:

- параметрическим рядом
- ценовым диапазоном
- товарами-заменителями

Какой метод используется для определения и анализа цен небольших групп продукции, характеризующейся наличием одного основного параметра, величина которого в значительной мере определяет общий уровень цены изделия?

- метод удельных показателей
- метод регрессионного анализа
- балловый метод
- агрегатный метод

Что представляет собой отношение цены базисного изделия на величину параметра базисного изделия?

- удельную цену
- норматив затрат на единицу параметра
- уравнение регрессии

Какой метод применяется для определения зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров продукции, относящейся к данному ряду, построения и выравнивания ценностных соотношений?

- метод удельных показателей
- метод регрессионного анализа
- балловый метод
- агрегатный метод

Если на основе экспертных оценок значимости параметров изделий для потребителей каждому параметру присваивается определенное число баллов, суммирование которых дает своего рода оценку технико-экономического уровня изделия, то используется:

- метод удельных показателей
- метод регрессионного анализа
- балловый метод
- агрегатный метод

Какому из эконометрических методов ценообразования присуща наибольшая субъективность?

- метод удельных показателей
- метод регрессионного анализа
- балловый метод

—агрегатный метод

Какой метод заключается в суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли?

—метод удельных показателей

—метод регрессионного анализа

—балловый метод

—агрегатный метод

Как называется процесс ценообразования, при котором фирма производит целый товарный ассортимент, а не отдельный товар и устанавливает ступенчатые цены на разные товары?

—установление цен на дополняющие товары

—установление цен на обязательные принадлежности

—установление цены в рамках товарного ассортимента

—установление цен на побочные продукты производства

В рамках какого процесса ценообразования необходимо решить, какие изделия следует включить в цену как стандартный комплект, а какие предложить в качестве дополнительных?

—установление цен на дополняющие товары

—установление цен на обязательные принадлежности

—установление цены в рамках товарного ассортимента

—установление цен на побочные продукты производства

Как называется процесс ценообразования, при котором на основные товары устанавливаются низкие цены, а на обязательные принадлежности – высокие, вследствие чего фирма получает большую прибыль?

—установление цен на дополняющие товары

—установление цен на обязательные принадлежности

—установление цены в рамках товарного ассортимента

—установление цен на побочные продукты производства

Как называется процесс ценообразования, когда фирма стремится продать сопутствующие основным продукты по любой цене, если она покроет расходы на их хранение и доставку, что позволяет фирме понизить цену на основную продукцию?

—установление цен по географическому принципу

—установление дискриминационных цен

—установление цен на дополняющие товары

—установление цен на побочные продукты производства

Как называется процесс ценообразования, который состоит в установлении разных цен в различных частях страны?

- установление цен по географическому принципу
- установление дискриминационных цен
- установление цен на дополняющие товары
- установление цен на побочные продукты производства

Как называется процесс ценообразования, основной принцип которого заключается в реализации товара фирмой по разным ценам без учета различий в затратах?

- установление цен по географическому принципу
- установление дискриминационных цен
- установление цен на дополняющие товары
- установление цен на побочные продукты производства

Как называется процесс изменения фирмой цены на товар при неполной загрузке производственных мощностей и сокращения доли рынка из-за сильной ценовой конкуренции?

- инициативное снижение цен
- инициативное повышение цен
- вход в «ценовой кризис»
- выход в «ценовой кризис»

Как называется процесс изменения фирмой цены на товар при устойчивой инфляции, вызванной увеличением издержек, и чрезмерном спросе, который фирма не может целиком удовлетворить?

- инициативное снижение цен
- инициативное повышение цен
- вход в «ценовой кризис»
- выход из «ценового кризиса»

Как называется ситуация реализации одних и тех же товаров, произведенных одним предприятием и с одинаковыми затратами, разным покупателям по различным ценам?

- ценовая дифференциация
- ценовая дискриминация
- ценовая сегментация
- ценовой хаос

Если на каждую единицу идентичного товара устанавливается цена, которая определяется ценой спроса, и весь покупательский излишек изымается фирмой-монополистом, то имеет место:

- совершенная ценовая дискриминация (дискриминация первой степени)
- ценовая дискриминация второй степени
- ценовая дискриминация третьей степени

Если монополист устанавливает цены для каждой отдельной группы покупателей, ожидая в результате максимизации общей прибыли, то имеет место:

- совершенная ценовая дискриминация (дискриминация первой степени)
- ценовая дискриминация второй степени
- ценовая дискриминация третьей степени

Если предприятие-монополист реализует по разным ценам не каждую отдельную единицу продукции, а целые ее партии соответственно одной и той же кривой спроса, то имеет место:

- совершенная ценовая дискриминация (дискриминация первой степени)
- ценовая дискриминация второй степени
- ценовая дискриминация третьей степени

Как называется обобщающий показатель, который характеризует общее состояние цен на товары со схожими потребительскими свойствами за определенный промежуток времени на установленной территории?

- показатель цены
- средняя цена
- стоимость
- уровень цен

Какие уровни цен выделяют в настоящее время (уберите лишнее)?

- индивидуальный
- постоянный
- средний
- обобщающий

Какой уровень цен характеризует сумма денег, заплаченная за единицу товара на рынке?

- индивидуальный
- постоянный
- средний
- обобщающий

Какой уровень цен является обобщенной характеристикой для совокупности однородных товаров?

- индивидуальный
- постоянный
- средний
- обобщающий

Какой уровень цен представляет собой показатель стоимости установленной потребительской корзины, объединяющий различные уровни цен?

- индивидуальный
- постоянный
- средний
- обобщающий

Какие выделяют методы расчета цен на экспортируемую продукцию (уберите лишнее)?

- на основании издержек производства
- с ориентацией на спрос
- с ориентацией на уровень цен конкурентов
- на основании курсовой разницы в стоимости валют

Какой метод расчета цен на экспортируемую продукцию используется, если цена определяется исходя из базовых издержек на единицу продукции, к ним прибавляется прибыль предприятия и неучтенные затраты?

- на основании издержек производства
- с ориентацией на спрос
- с ориентацией на уровень цен конкурентов
- на основании курсовой разницы в стоимости валют

Какой метод расчета цен на экспортируемую продукцию используется, если цена товара устанавливается только на основании спроса на данный товар, т. е. на основе той суммы, которую покупатель хочет и в состоянии заплатить за данный товар

- на основании издержек производства
- с ориентацией на спрос
- с ориентацией на уровень цен конкурентов
- на основании курсовой разницы в стоимости валют

Какой метод расчета цен на экспортируемую продукцию используется, если изучаются цены на аналогичную продукцию конкурентов, на основе поправок цену на экспортируемые товары приводят к условиям продажи на рассматриваемом рынке?

- на основании издержек производства
- с ориентацией на спрос
- с ориентацией на уровень цен конкурентов
- на основании курсовой разницы в стоимости валют

Если конкурентный товар является объектом импортной сделки, а покупателем является оптовый торговец, и цена рассчитывается для контракта, заключаемого импортером, который покупает товар для эксплуатации, а не для продажи на рынке, то следует сделать поправку:

- поправка на снижение издержек производства и повышение производительности труда
- поправка на условия продажи (оптом)
- поправка на серийность
- поправка на комплектацию

Если увеличивается объем поставки и сокращаются совокупные затраты производства при повышении производительности труда у фирмы-поставщика, то необходимо сделать поправку:

- поправка на снижение издержек производства и повышение производительности труда
- поправка на условия продажи (оптом)
- поправка на серийность
- поправка на комплектацию

В случае, когда у фирмы-поставщика при увеличении объема производства уменьшаются издержки производства на единицу производимой продукции, то необходимо сделать поправку:

- поправка на снижение издержек производства и повышение производительности труда
- поправка на условия продажи (оптом)
- поправка на серийность
- поправка на комплектацию

Какая поправка на экспортируемую продукцию применяется при определении цен на комплектное оборудование, которое приобретается у генерального поставщика?

- поправка на снижение издержек производства и повышение производительности труда
- поправка на условия продажи (оптом)
- поправка на серийность
- поправка на комплектацию

Тема 9. Анализ влияния цен на финансовые результаты экономической деятельности и практика управления затратами и ценами организации.

Экономические издержки не включают:

- состав затрат, регламентируемых «Положением о составе затрат...»
- совокупные затраты
- прочие затраты
- трансфертные издержки
- вмененные издержки
- выплаты по дивидендам
- состав затрат, регламентируемых сборником «Инкотермс-2000»

При анализе политики цен особое внимание следует уделять:

- страховым затратам
- полным затратам
- приростным затратам
- коммерческим затратам
- трансфертным затратам;

Разделение издержек на основные и накладные зависят от:

- их связи с объемом производства
- их включения в затраты на производство единицы продукции
- их связи с процессом изготовления продукции

Разделение издержек на постоянные и переменные зависят от:

- их связи с объемом производства
- их включения в затраты на производство единицы продукции
- их связи с процессом изготовления продукции

Разделение издержек на прямые и косвенные зависят от:

- их связи с объемом производства
- их включения в затраты на производство единицы продукции
- их связи с процессом изготовления продукции

Экономическая природа издержек, как затрат на практическое осуществление деятельности для которой создано предприятие, организация относится к:

- постоянным издержкам
- переменным издержкам
- средним издержкам
- предельным издержкам
- совокупным издержкам

Экономическая природа издержек, как создание условий для конкретной деятельности предприятия, организации относится к:

- постоянным издержкам
- переменным издержкам
- средним издержкам
- предельным издержкам
- совокупным издержкам

Экономическая природа издержек, как предпринимательских расходов, связанных с валовым выпуском продукции:

- постоянным издержкам
- переменным издержкам
- средним издержкам
- предельным издержкам
- совокупным издержкам

Экономическая природа издержек, как прирост затрат при увеличении выпуска на одну единицу продукции:

- постоянным издержкам
- переменным издержкам
- средним издержкам
- предельным издержкам
- совокупным издержкам

Экономическая природа издержек, как базы сравнения прибыльности производства товара с ценой его производства:

- постоянным издержкам

- переменным издержкам
- средним издержкам
- предельным издержкам
- совокупным издержкам

Прямые издержки на изготовления товара составляют 800 руб., а, кроме того, в расчете на год на него отнесено 140 000 руб. накладных расходов организации. Желаемая топ-менеджерами организации масса прибыли от продаж этого товара определена в 260 000 руб. при годовом плане выпуска в 10 000 шт. Определите цену данного товара:

- 820 руб
- 830 руб
- 840 руб
- 850 руб

Компания организовала производство нового товара, что потребовало инвестиций в размере 16 млн. руб., и обеспечивает выпуск 10 000 шт. продукции в год. Желаемая рентабельность инвестиций определена руководством в 34%, а полные издержки производства составляют 900 руб. Определите на каком уровне будет установлена цена по которой следует реализовывать продукцию

- 1444,4 руб
- 1444 руб
- 144,4 руб
- 144 руб

Магазину предложили товар, за который поставщик хотел бы получить 8 тыс. руб. Торговая скидка, которую хотел бы иметь магазин – 20%. По какой цене магазин будет продавать товар?

- 9 000 руб
- 9 600 руб
- 10 000 руб
- 10 600 руб

Магазину предложен товар, рекомендованная изготовителем цена которого составляет 12 000 руб. Торговая скидка, которую хотел бы иметь владелец магазина, равна 20 %. Какой должна быть цена поставки?

- 9 000 руб
- 9 600 руб
- 100 000 руб
- 10 600 руб

Допустим, что услуги фотокопирования в организации стоят 0, 1 доллара (10 центов) за одну фотокопию. Постоянные издержки составляют 27 тысяч долларов в год, а переменные – 0, 04 доллара за одну копию. Определите при каком годовом доходе организация работает безубыточно?

- 19 200 копий
- 19 286 копий
- 28 125 копий
- 28 000 копий
- 45 000 копий
- 45 125 копий

При изменении величины издержек производитель снижает или понижает цены из-за того что происходит (исключить неправильный ответ):

- изменение цен влияет на готовность покупателя платить за товар/услугу
- изменение объема предлагаемой производителем продукции
- изменение состава покупателей готовых оплачивать цену товара/услуги, предлагаемую производителем;

Издержки влияющие на принятие решений об изменении цен производителем:

- безвозвратные
- необратимые
- предельные

При выборе политики ценообразования необходимо учитывать:

- сокращенную безубыточность
- приростную безубыточность
- постоянную безубыточность

Решение о повышении цены не приводит к снижению прибыли, если максимальная эластичность спроса по цене:

- больше фактического коэффициента эластичности
- меньше фактического коэффициента эластичности
- равна фактическому коэффициенту эластичности;

При снижении цены необходимо определить (исключить неправильные ответы – 2 варианта):

- рост объема продаж для компенсации снижения прибыли
- варианты сохранения рыночной доли при обострившейся конкуренции
- насколько снизится цена каждой единицы товара при увеличении прибыли
- сумму переменных издержек и дополнительных постоянных издержек

Тема 10. Учет риска при принятии ценовых решений.

Выберите условия, сопутствующие ситуации риска:

- неопределенность
- противоречивость
- выбор альтернативы
- инновационность
- оценка вероятности осуществления выбранных вариантов

—опасность

Выберите основные черты риска (3 варианта ответа):

—неопределенность

—противоречивость

—выбор альтернативы

—инновационность

—оценка вероятности осуществления выбранных вариантов

—опасность

Причинами риска не являются:

—спонтанность природных процессов

—противоречивость

—случайность

—статистические оценки

—недостаточность и изменчивость информации

—страхование

Стимулирует поиск нетрадиционных ценовых решений функция:

—регулятивная

—защитная

—инновационная

—аналитическая

—все ответы верны

—нет правильного ответа

Могут нести в себе как потери, так и дополнительную прибыль по отношению к ожидаемому результату ценовых решений риски:

—чистые

—спекулятивные

—внутренние

—внешние

—ретроспективные

—перспективные

—все ответы верны

—нет правильного ответа

—Какое выражение правильно характеризует нормативное значения коэффициента вариации в статистическом методе оценки рисков:

— $\leq 0,33$

— $\geq 0,33$

—1

Особенностью экспертных методов оценки риска является:

—отсутствие строгих математических доказательств оптимальности получаемых решений

—использование информации, полученной статистическим методом

- количественная оценка риска
- Феномен сдвига риска возможен при следующем типе групповых экспертных процедур:
 - при открытом обсуждении поставленных вопросов с последующим открытым или закрытым голосованием
 - свободном высказывании без обсуждения и голосования
 - закрытом обсуждении с последующим закрытым голосованием или заполнением анкет экспертного опроса

Феномен сдвига риска означает, что после проведения открытой групповой дискуссии:

- возрастает уровень рискованности ценового решения
- снижается уровень рискованности ценового решения
- эксперты выделяют виды риска, не присущие данному ценовому решению
- происходит разброс оценок экспертов.

Для принятия решения об использовании полученных от экспертов оценок необходимо, чтобы коэффициент конкордации:

- равнялся 0
- равнялся 0,5
- был больше 0,5

При расчете уровня безубыточности в рамках оценки эффективности ценовых решений в условиях неопределенности и риска под «безубыточным» понимается объем продаж, при котором:

- чистая прибыль становится равной нулю
- чистая прибыль больше нуля
- балансовая прибыль равна нулю

Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Вальда при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

- $\max_i \min_j a_{ij}$
- $\min_i \min_j a_{ij}$
- $\min_i \max_j a_{ij}$
- $\max_i \max_j a_{ij}$

Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Севиджа при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

$$\max_i \min_j r_{ij}$$

$$\min_i \max_j r_{ij}$$

$$\min_i \max_j r_{ij}$$

$$\max_i \min_j r_{ij}$$

Какое из приведенных ниже выражений правильно характеризует критерий Гурвица при принятии ценовых решений в условиях неопределенности:

$$\max_i (\chi \min_j \alpha_{ij} + (1-\chi) \max_j \alpha_{ij})$$

$$\min_i (\chi \max_j \alpha_{ij} + (1-\chi) \min_j \alpha_{ij})$$

$$\max_i (\chi \max_j \alpha_{ij} + (1-\chi) \min_j \alpha_{ij})$$

$$\min_i (\chi \min_j \alpha_{ij} + (1-\chi) \max_j \alpha_{ij})$$

При оценке риска ценовых решений по критерию недостаточного обоснование Лапласа вероятности:

- распределяются в порядке очередности возникновения рисков
- распределяются пропорционально размеру потерь
- распределяются пропорционально размеру выигрышей
- принимаются равными

Укажите среди перечисленных ниже методов, методы «предотвращения» рисков:

- диверсификация, локализация, диссипация
- страхование, хеджирование, залог
- санация, реструктуризация, ликвидация

Основными методами снижения существующего риска ценовых решений не являются

- страхование
- избежание
- диверсификация
- оценка
- идентификация
- лимитирование

Установление системы ограничений при принятии ценовых решений характерно для такого метода снижения риска, как:

- страхование
- резервирование средств
- лимитирование
- диверсификация
- избежание

Диверсификация является способом снижения риска:

- систематического
- политического
- несистематического
- технического

Определение требуемого объема обособленных фондов возмещения убытков за счет части собственных оборотных средств хозяйствующего субъекта присуще методу:

- страхования
- самострахования
- диверсификации
- лимитирования

Тема 11. Отраслевые особенности ценообразования на рынках товаров и услуг

Какие компании из-за наличия сетевых структур в их составе известный английский экономист Д. Робертсон называл «спрутовидными»?

- конгломераты
- олигополистические тресты
- естественные монополии
- все крупные фирмы

Значительное различие цен на топливно—энергетические ресурсы для потребителей в России объясняется следующими причинами (уберите лишнее):

- неравномерное распределение ресурсов
- дефицит собственных топливно-энергетических ресурсов
- большая территория страны
- высокие транспортные издержки

Цена за перевозку материальных объектов называется:

- транспортный тариф
- транспортная стоимость
- транспортируемая цена
- транспортная услуга

В транспортные тарифы входят (уберите лишнее):

- тарифы грузовых перевозок
- тарифы на нематериальные перевозки

—пассажирские тарифы

Затраты на транспортировку грузов формируются из (уберите лишнее):

- расходов на смену персонала
- расходов на начально-конечные операции
- транспортных расходов

Расходы на начально-конечные операции состоят из (уберите лишнее):

- затрат на формирование составов
- затрат на обеспечение необходимыми маршрутами следования грузов
- затрат на погрузку в пункте отправки
- затрат на разгрузку в пункте прибытия

Какие расходы на транспортировку грузов не зависят от расстояний перевозки грузов, а зависят только от массы и объема груза?

- расходы на начально-конечные операции
- движенческие расходы
- расходы на смену персонала

Какие расходы на транспортировку грузов не зависят изменяются в зависимости от расстояний перевозки?

- расходы на начально-конечные операции
- движенческие расходы
- расходы на смену персонала

Движенческие операции состоят из:

- затрат на передвижение грузов
- расходов на содержание путей сообщения
- затрат на формирование составов
- расходов на содержание энергетического хозяйства

Какой показатель рассчитывается как себестоимость тонно-километра грузооборота плюс норма прибыли, которая необходима для нормального функционирования транспорта при расширенном воспроизводстве?

- грузовые транспортные тарифы
- пассажирские тарифы
- тарифы авиалиний
- морские тарифы

Какой вид тарифов более точно отражает формирование общественно необходимых трудовых затрат и позволяет обеспечить приблизительно равную рентабельность на перевозках разных дальностей, а также делает возможным упрощение прејскурантов на перевозку грузов?

- одноставочные тарифы
- двухставочные тарифы
- бесставочные тарифы
- независимые тарифы

Основными видами цены лицензии (лицензионных платежей) в настоящее время являются (уберите лишнее):

- паушальный платеж
- опцион
- роялти

Какой вид лицензионных платежей предполагает единовременную выплату за получение лицензии?

- паушальный платеж
- опцион
- роялти

Какой вид лицензионных платежей предполагает периодические платежи?

- паушальный платеж
- опцион
- роялти

Назовите характерные черты услуг, обуславливающих их принципиальное различие с товарами (уберите лишнее):

- нематериальный характер (неосязаемость)
- невозможность хранения
- стабильность качества
- тесная взаимосвязь производства и потребления услуг

Цены на услуги могут рассчитываться (уберите лишнее):

- на единицу потребляемой услуги
- как сумма цен на работы, необходимые для оказания данной услуги
- исходя из имеющегося количества сотрудников, выполняющих работы по оказанию услуги
- по принципу абонеента, который дает право на пользование данной услугой в определенный временной промежуток без ограничения объема

Примером цены на единицу потребляемой услуги можно привести

- билеты в театр, в кино
- услуги стоматолога
- услуги туристических компаний
- проездные билеты на городской транспорт

Примером расчета цены как комплекса цен на реализацию взаимодополняющих услуг является:

- билеты в театр, в кино
- услуги стоматолога
- услуги туристических компаний
- проездные билеты на городской транспорт

Примером реализации цены по принципу абонеента, который дает право на пользование данной услугой в определенный временной промежуток без ограничения объема, является:

- билеты в театр, в кино
- услуги стоматолога
- услуги туристических компаний
- проездные билеты на городской транспорт

Примером расчета цены услуги как суммы цен на работы, необходимые для оказания данной услуги, является:

- билеты в театр, в кино
- услуги стоматолога
- услуги туристических компаний
- проездные билеты на городской транспорт

Отличительной особенностью цен в отрасли здравоохранения является:

- наличие неизменного прайс-листа на все виды услуг
- широкая дифференциация цен даже на одни и те же услуги
- невозможность точно определить объем работ для оказания конкретной услуги
- необходимость дополнительной страховки клиента

В основе цены труда лежит объективная величина:

- заработная плата
- стоимость рабочей силы
- квалификация персонала
- комфортная рабочая атмосфера

Каким образом определяется стоимость рабочей силы?

- это разница между выполненной работой и фактически полученным вознаграждением за нее
- это цена средств существования наемного рабочего и его семьи
- это отношение между желаемым и реальным уровнями дохода индивида
- это сумма ежемесячно получаемого работником в течение одного года вознаграждения

Заработная плата представляет собой:

- цену, выплачиваемую за использование труда
- компенсацию за времяпровождение работника на его рабочем месте
- процент, оплачиваемый работнику за использование его денежных средств предприятием
- вознаграждение за уровень интеллекта работника

Как называется цена земельного участка, которая является наиболее вероятной при его продаже на открытом рынке в условиях конкуренции?

- потребительская стоимость
- рыночная стоимость

Какая цена является отражением стоимости земли для пользователя?

—потребительская стоимость

—рыночная стоимость

Какой метод оценки рыночной стоимости земли предполагает, что необходимо выбрать единицу сравнения на основе рыночной информации, а затем скорректировать цены продаж по элементам сравнения?

—метод наилучшего и наиболее эффективного использования

—капитализация земельной ренты

—метод сравнения продаж

—метод разбивки на участки

Тема 12. Дискуссионные вопросы ценообразования в современных концепциях формирования цены

Прямая положительная связь между товарами – это:

—взаимосоздающие по ценам товары

—взаимодополняющие по ценам товары

—взаимозаменяемые по ценам товары

—взаимосвязанные по ценам товары

Прямая отрицательная связь между товарами – это:

—взаимосоздающие по ценам товары

—взаимодополняющие по ценам товары

—взаимозаменяемые по ценам товары

—взаимосвязанные по ценам товары

Ассортиментное ценообразование предполагает учет:

—зависимости цен на товарный ряд от имиджа предприятия

—зависимости имиджа предприятия от цен на несколько известных товаров

—необходимость установления цен отдельные разновидности товара

—необходимость согласования совместимых на всю товарную линию

Условия механизма ценообразования предприятия на взаимодополняемые товары (исключить неправильный ответ):

—оптимальная цена более дорогого товара в товарной линии должна быть ниже оптимальной изолированной цены

—оптимальная цена такого товара возрастает по мере увеличения доходности заменителей; чем заменители прибыльнее, тем дороже обходится их взаимное приобретение и тем тщательнее его следует избегать

—оптимальная цена такого товара возрастает по мере увеличения перекрестной эластичности спроса по цене, т.е. усиление эффекта замещения

- оптимальная цена менее дорогостоящего товара в товарной линии, как правило, ниже его оптимальной изолированной цены
- добавление заменителя к товарной линии влияет на оптимальные цены престижных товаров
- все ответы верны
- все ответы неверны

Условия механизма ценообразования предприятия на взаимозаменяемые товары (исключить неправильный ответ):

- оптимальная цена товара в рамках товарной линии должна быть ниже оптимальной изолированной цены
- оптимальная цена в рамках товарной линии снижается в зависимости от абсолютной величины эластичности спроса по цене
- оптимальная цена в рамках товарной линии снижается по мере увеличения наценки на дополняющие товары: чем прибыльнее последние, тем выгоднее жертвовать прибылью от основных товаров, имея в виду повысить спрос на дополняющие товары
- все ответы верны
- все ответы неверны

Условия для пакетного ценообразования:

- подбор элементов пакета может осуществляться по принципу нагрузки
- разница стоимости набора и его элементов должна быть наглядной
- элементы набора должны быть взаимозаменяемыми

Электронная торговля с помощью психологического воздействия на покупателей использует:

- приятные глазу цифры – 1, 4, 7
- приятные глазу цифры – 2, 3, 6
- эффект уравнивания цен верхнего и нижнего уровня
- эффект умножения разницы цен на мелкие составляющие;

Спектр объектов коммерческой деятельности в интернете:

- товары широкого спроса, торговля которыми не может быть осуществлена традиционными способами (магазинами, супермаркетами)
- специализированные товары торговля, которыми наиболее актуальна
- услуги предложение, которых не является дополнением к обычной практике

Метод одновременного динамичного ценообразования (ОДЦ) является методом:

- ассортиментного ценообразования
- пакетного ценообразования
- ценообразования с помощью электронной торговли
- ценообразования с учетом фактора времени

Варианты ценообразования с учетом фактора времени:

—психологическое неприятие покупателями сезонной распродажи товаров

—изменение характера рекламы с ее фокусированием не на ценности товара, а на его цене

—альтернативные варианты оценки потребительских предпочтений (надбавка к цене, скидка)

Для оценки риска ценовых решений при онлайн-электронной торговле используется:

—расчет неопределенности

—расчет вероятности

—расчет противоречивости

Неопределенности, выступающая источником риска при пакетном ценообразовании проявляется в воздействии на ценовые решения факторов:

—случайности

—однозначности

—противоречивости

—несбалансированности

К средствам психологического воздействия на покупателя не относится:

—округленные цифры

—неокругленные цифры

—приятные глазу цифры

—порядковые эффекты

—продажа товара в кредит

Психологически приятные глазу покупателя цифры (два правильных ответа):

—1, 4, 7

—2, 3, 6

—2, 4, 6

—1, 4, 9

—6, 8, 9

Продажа товара в кредит:

—повышает эластичность спроса по цене

—снижает эластичность спроса по цене

—не влияет на эластичность

Обстоятельства, учитываемые при стратегии адаптации цен во времени

—(исключить неправильный ответ):

—установление низких цен в результате адаптации во времени затруднит в последующем установление еще более низкой цены

—покупателей трудно отучить от привычки ожидать распродажу

—тщательный анализ того, что потребители сочтут справедливым – надбавку к цене в часы пик или скидку

К отличительным чертам электронных торгов не относится:

- способы привлечения покупателей
- средства психологического воздействия на покупателей
- способы подачи информации о товаре
- способы совершения покупок
- способы коммуникативного воздействия на покупателя

Основное условие, необходимое для установления цен на наборы, являются (исключить неправильный ответ):

- разница стоимости набора и суммы цен его элементов должна быть для покупателей наглядной
- покупатель заинтересован в приобретении набора, а не отдельных его элементов
- элементы набора должны быть взаимозаменяемы, в противном случае формирование набора и его реализация станут невозможными

Выгоды от применения ценообразования с учетом фактора времени:

- уменьшение требуемых запасов: постоянные цены стабилизируют спрос
- более эффективное использование рабочей силы: меньше времени уходит на переоценку товаров
- изменение характера рекламы: ее можно сосредоточить на ценности товара и имиджа товара, а не в цене
- нет правильного ответа

Наиболее важными формами пакетного ценообразования являются:

- специальное пакетное ценообразование
- особое пакетное ценообразование
- не связанное пакетное ценообразование

При чистом пакетном ценообразовании:

- товары реализуются автономно друг от друга
- цены устанавливаются только на пакет в целом
- цены устанавливают только на каждый товар пакета
- покупатель основного товара соглашается приобрести дополнительные товары у того же поставщика
- покупатель основного товара не согласен приобрести дополнительные товары у того же поставщика

Метод «реклама платит за товар» относится к:

- ценообразованию с учетом фактора времени
- ценообразованию при электронной торговле
- пакетному ценообразованию
- ассортиментному ценообразованию

Наличие взаимозаменяющих товаров характерно для:

- ценообразования с учетом фактора времени
- ценообразования при электронной торговле
- пакетного ценообразования
- ассортиментного ценообразования

Увязанная (принудительная) продажа характерна для

- ценообразования с учетом фактора времени
- ценообразования при электронной торговле
- пакетного ценообразования
- ассортиментного ценообразования

Расчет на то, что продукция может реализовываться «в розницу, но по оптовым ценам» используется при:

- ценообразовании с учетом фактора времени
- ценообразовании при электронной торговле
- пакетном ценообразовании
- ассортиментном ценообразовании

Тема 13. Социально-экономические аспекты государственной ценовой политики РФ и практика регулирования цен в индустриально развитых странах

Деятельность государственных органов, органов местного самоуправления и субъектов ценообразования, осуществляемая с целью регулирования и контроля цен в народном хозяйстве, сфере торговли называется:

- стратегия государственного ценообразования
- политика цен
- государственное регулирование товародвижения
- «ценовые войны»

Ценовая политика выполняет следующие задачи (уберите лишнее):

- способствует развитию рыночных отношений, конкуренции
- является средством защиты частной, государственной и других форм собственности
- способствует росту темпов инфляции и ее отрицательных последствий
- создает условия для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых потоков, а также для свободной экономической деятельности

Основные направления государственной политики цен предполагают (уберите лишнее):

- последовательную либерализацию цен и тарифов
- усиление государственного влияния на ценообразование в развивающихся отраслях
- государственное регулирование цен и тарифов на продукцию естественных монополий

Органы исполнительной власти субъектов РФ не уполномочены регулировать тарифы и надбавки транспортных, снабженческо-сбытовых и торговых организаций:

- снабженческо-сбытовые и торговые надбавки на цены товаров, реализуемых в районах Крайнего Севера и аналогичных местностях с ограниченными сроками поставки товаров
- надбавки на оплату труда сотрудников организаций в районах Крайнего Севера и аналогичных местностях
- наценки и торговые надбавки на продукцию, которая реализуется на предприятиях общественного питания при профтехучилищах, общеобразовательных и высших учебных заведениях
- торговые надбавки и наценки на детское питание

Покупатель, если ему продали товар плохого, ненадлежащего качества, имеет право требовать (уберите лишнее):

- уменьшения покупной цены товара пропорционально несоответствию качества
- получения дополнительной компенсации в размере совершенной покупки за причинение неудобств
- покрытия расходов на исправление недостатков в товаре

Органы контроля за соблюдением порядка применения регулируемых цен классифицируются по уровням следующим образом (уберите лишнее):

- органы контроля на федеральном уровне
- органы контроля на территориально-окружном уровне
- органы контроля на уровне субъектов РФ
- органы контроля на местном уровне

Несоблюдение установленных цен; несоблюдение условий, ограничивающих уровень цен; непредставление в соответствии с требованиями органов контроля ценовых документов и других сведений, которые могут понадобиться в процессе проведения проверки называется:

- нарушением порядка применения цен и тарифов
- необоснованными ценами и тарифами
- отсутствием контроля за соблюдением порядка применения регулируемых цен

В полномочия органов контроля не входит:

- проверка всех субъектов предпринимательской деятельности, находящихся в ведении данных органов, на соответствие их ценовой стратегии установленному порядку применения цен и тарифов
- привлечение к уголовной ответственности
- наложение финансовых санкций и взысканий штрафов в размере установленной суммы
- привлечение к административной ответственности

В какой стране государственное регулирование цен базируется на законе о ценах, законе о картелях и антидемпинговом законе?

- Австрия
- США
- Греция
- Китай

В какой стране государственное регулирование цен базируется на антитрестовских законах?

- Австрия
- США
- Греция
- Китай

В какой стране до 2001 года государственное регулирование ценообразования основывалось на кодексе рыночного регулирования?

- Австрия
- США
- Греция
- Китай

В какой стране в 1933 г. была введена система регулирования фермерских цен?

- Австрия
- США
- Греция
- Китай

В какой стране в 1950-х гг. государством использовалась политика «контролируемой свободы», в соответствии с которой предприниматели получили право изменять цены, предупредив об этом государственные органы?

- Япония
- Китай
- Франция
- Великобритания

В какой стране функции регулирования экономики и цен осуществляют министерства и ведомства, которые в известных пределах наделены не только исполнительной, но и законодательной властью?

- Япония
- Китай
- Франция
- Великобритания

В какой стране в настоящее время действует комбинированная система управления ценами, а система цен стала рыночной лишь в тех секторах, в которых стала рыночной экономика страны?

- Япония
- Китай
- Франция
- Великобритания

Какая страна в настоящее время последовательно проводит политику защиты национальных производителей от негативного воздействия на их деятельность импорта более дешевой иностранной продукции, применяя для этого различные инструменты внешнеторговой политики, в т.ч. «Закон о таможене» от 1962 г. и «Закон о таможенном тарифе» от 1975 г.?

- Великобритания
- Индия
- Швеция
- Швейцария

В какой стране Федеральный департамент экономики еженедельно публикует розничные цены по продажам в определенных контрольных пунктах районов страны и в среднем по стране большого перечня овощей и фруктов (порядка 80), мяса, мясных изделий, масла, сыра и яиц (примерно 40) и других продуктов?

- Великобритания
- Индия
- Швеция
- Швейцария

В какой стране наблюдение и контроль за ценами осуществляет специальный орган - Государственное управление цен и конкуренции, подчиненное министерству гражданской администрации?

- Великобритания
- Индия
- Швеция
- Швейцария

В какой стране с целью стабилизации экономики в 1947 г. объявили о введении режима экономии, который заключался в замораживании заработной платы, доходов, ограничении потребления граждан?

- Великобритания
- Индия
- Швеция
- Швейцария

В какой стране на протяжении почти 30 лет государственное регулирование цен являлось составной частью политики «дирижизма» (государственного регулирования экономики)?

- Япония
- Китай
- Франция
- Великобритания