

1. Принцип комплексности в ценообразовании означает –

- √ что ценообразование должно охватывать в единстве и во взаимосвязи все виды цен, а также должна соблюдаться комплексность и целостность в организации работ по формированию и изменению системы цен;
- что в процессе ценообразования должны учитываться все факторы в комплексе;
- целевую направленность в организации работ по формированию и изменению системы цен;
- все ответы неверны.
- что в процессе ценообразования необходимо использовать все методы расчета цен в комплексе;

2. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением дисциплины цен состоит –

- в необходимости государственного контроля над ценами;
- в проведении политики единства ценообразования на всей территории страны.
- в проведении политики гибкости и единства цен;
- √ в государственном регулировании цен на продукцию и услуги отраслей и предприятий – монополистов в сфере транспорта, связи, газа, электроэнергетики и некоторых других отраслей;
- в проведении политики невмешательства государства в ценообразование;

3. Принцип непрерывности процесса совершенствования механизма ценообразования проявляется:

- в непрерывном движении ценообразования от сырья до готового изделия;
- в том, что в действующие цены постоянно вносятся изменения и дополнения;
- √ в непрерывности процесса совершенствования ценообразования, с учетом изменяющихся условий производства и потребления продукции.
- в непрерывности получения прибыли;
- в постоянном изменении цен;

4. Регулирующая функция цены –

- выступает как инструмент регулирования экономических процессов;
- все ответы верны.
- выступает как инструмент регулирования импортно-экспортных операций;
- выступает как инструмент регулирования производственных процессов;
- √ выступает как инструмент, уравнивающий спрос и предложение, увязывая их с денежно-платежной способностью производителя и потребителя;

5. Перераспределительная функция цены –

- выражается в распределении и перераспределении производственных пропорций.
- √ выражается в распределении и перераспределении национального дохода между отраслями и сферами экономики, различными формами собственности, регионами страны, фондом накопления и потребления, различными социальными группами населения;
- выражается в перераспределении ресурсов предприятия по основным его производственным звеньям;
- связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов;
- выражается в том, что через цены осуществляется связь с производством;

6. Стимулирующая функция цены –

- выражается в стимулировании изменения структуры производства и потребления;
- √)все ответы верны.
- выражается в поощрительном и сдерживающем воздействии на производство и потребление различных видов товаров;
- выражается в стимулировании или дестимулировании научно- технического прогресса;
- выражается в стимулировании повышения качества продукции;

7. Соизмерительная функция цены –

- позволяет соизмерить соотношение спроса и предложения с уровнем рыночных цен;
- √ позволяет соизмерить вложенные затраты с полученным эффектом;
- позволяет соизмерить социальный эффект с экологическим.

- позволяет сопоставить ценности разных товаров;
- позволяет учитывать полезность произведенной продукции;

8. Измерительная функция цены –

- выражается в способности цены измерять соотношения спроса и предложения на рынке;
- все ответы верны.
- служит для измерения издержек производства и обращения;
- позволяет соизмерить вложенные затраты с полученным эффектом;
- √ выражается в способности цены измерить и определить количество денег, которое покупатель должен уплатить, а продавец получить за проданный товар.

9. Затратное направление ценообразования предполагает:

- формирование цены на основе приростных (переменных) затрат;
- четкое разделение ценовых решений фирмы на краткосрочные и долгосрочные периоды времени
- √ формирование цены на основе совокупных расходов производителя;
- формирование цены на основе поведения потребителя при покупке альтернативных парных товарных наборов на определенном промежутке времени;
- относительное измерение аппарата кривых безразличия;

10. Организационные принципы ценообразования –

- √ включают конкретные формы и правила ценообразования, которые в наилучшей степени соответствуют его целям и могут обеспечить наиболее эффективное их достижение на данном этапе развития;
- все ответы верны.
- имеют научно- теоретическое значение;
- включают в себя комплекс правил и положений по организации процесса расчета цен;
- имеют рациональное и прогматическое значение;

11. Методологические принципы ценообразования –

- включают в себя комплекс методов ценообразования;
- √ имеют рациональное и прогматическое значение;
- раскрывают конкретные формы и правила осуществления процесса ценообразования;
- все ответы неверны.
- являются фундаментом научной методологии ценообразования и имеют общетеоретическое значение;

12. Принцип целевой направленности ценообразования состоит –

- в необходимости выделения основных целей и проблем ценообразования;
- в направленности на повышение конкурентоспособности экономики.
- √ в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен
- в целевой направленности ценообразования на решение проблем социальной защиты населения;
- в поддержании стратегии пониженных цен;

13. Принцип научной обоснованности ценообразования состоит –

- √ в необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики;
- в разработке объективных экономических законов развития рынка;
- во внедрении научно-исследовательских и опытно-конструкторских проектов в разработку стратегий ценообразования.
- в обосновании процесса ценообразования с точки зрения необходимости учета уровней и соотношений мировых цен;
- в разработке новых методов и методик расчета цен;

14. Различия между методологией и методикой ценообразования в следующем:

- √ на основе методологии разрабатывается стратегия ценообразования, а методика содержит конкретные рекомендации и средства для реализации этих стратегий на практике;

- методика лежит в основе методологии
- методология это совокупность методов ценообразования, а методика – это средства внедрения этих методов в практику;
- методика включает средства для реализации ценовых стратегий, а методология представляет правила разработки ценовых стратегий;
- методология содержит конкретные рекомендации, а методика – это конкретные правила лежащие в основе ценообразования;

15. Методология ценообразования это –

- совокупность принципов формирования и управления цен;
- совокупность правил разработки стратегии ценообразования.
- совокупность конкретных рекомендаций и средств определения основных цен;
- совокупность правил определения и обоснования цен,
- √ совокупность общих принципов и методов разработки и установления цен, а также методов управления процессами ценообразования;

16. Неоклассический синтез в ценообразовании предполагает что:

- при формировании цены необходимо ориентироваться на полезность;
- √ при формировании цены необходимо учитывать и фактор издержек производства, то есть стоимость и фактор полезности, то есть потребительную стоимость, причем в равной мере .
- при формировании цены необходимо ориентироваться на предложение;
- при формировании цены необходимо ориентироваться на издержки;
- при формировании цены необходимо ориентироваться на спрос;

17. Функция цены как критерия рационального размещения производства –

- выступает как инструмент регулирования производственных процессов;
- проявляется в сбалансированности производства и потребления.
- √ проявляется в том, что с помощью механизма цен осуществляется перелив капиталов внутри отдельных секторов экономики туда, где норма прибыли более высокая, а также осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой;
- служит инструментом для создания стратегии ценообразования;
- проявляется в том, что с помощью механизма цен для получения более высокой прибыли осуществляется перелив капиталов из одного сектора экономики в другой;

18. Учетная функция цены –

- √ показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции;
- все ответы верны.
- проявляется в установлении учета за расходованием ресурсов предприятия;
- выражается в ведении учета конкретной потребности в товаре;
- выражается в учете конкурентоспособности продукции;

19. Рыночная цена товара – это:

- количественное выражение стоимости данного товара в единицах другого товара;
- важнейшая историческая и экономическая категория.
- форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена;
- √ цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных или однородных товаров в сопоставимых экономических и коммерческих условиях;
- денежное выражение стоимости товара;

20. Функции цен это:

- совокупность принципов и методов формирования цен;
- функциональное проявление механизма формирования цен.
- внешнее проявление их внутреннего содержания;
- механизм регулирования процесса производства товара посредством цен;
- √ это те наиболее общие свойства, которые объективно присущи категории цены и характерны для любого вида цен;

21. Тактический фактор формирования цен –

- отражает перспективные меры регулирования экономики;
- выражается в долгосрочных мерах совершенствования производства;
- ✓ проявляется в том, что цены на конкретные товары формируются под влиянием конъюнктуры рынка;
- выражается в сбалансированности цены спроса и предложения;
- проявляется в разработке комплекса маркетинговых стратегий цен.

22. Стратегический фактор формирования цен –

- ✓ выражается в том, что цены образуются на основе стоимости и полезности товаров;
- выражается в том, что цены на конкретные товары формируются под влиянием конъюнктуры рынка;
- выражается в мерах регулирования государственного заказа.
- выражается в краткосрочных мерах совершенствования производства;
- зависит от конкурентоспособности товара;

23. Согласно стоимостной теории цена товара определяется –

- количеством труда необходимого для производства плюс транспортировка;
- количеством труда плюс цена материалов.
- ценой необходимых для производства материалов;
- ценой транспортировки;
- ✓ количеством труда и материалов, необходимых для его производства плюс минимальная норма прибыли необходимая для расширенного воспроизводства;

24. Рыночная система ценообразования это:

- система либерализации цен;
- система образования цен на базе рыночного предложения;
- система образования цен на базе рыночного спроса;
- ✓ система образования цен на базе взаимодействия спроса и предложения;
- система котировки биржевых цен.

25. Что такое ценообразование –

- ценообразование представляет собой процесс формирования цены на товар или услугу.
- ценообразование - это процесс формирования прибыли
- ценообразование - это процесс формирования цены на услуги;
- ценообразование - это вычет из стоимости товара расходов по оказанию услуги;
- ✓ ценообразование – это наука, изучающая закономерности процесса формирования и управления ценами;

26. Первую трактовку трудовой теории стоимости дали:

- Д.Хикс, В.Леонтьев, М. Фридман;
- У.С.Джевонс, Л.Вальрас, Дж.Б.Кларк.
- ✓ У.Петти, А.Смит, Д.Рикардо;
- К.Менгер, У.С.Джевонс, Л.Вальрас
- Томас Ман, А.Серра, Антуан де Монкретьен;

27. Принципы ценообразования это –

- совокупность методик разработки цен;
- исходные положения теории и практики установления цен;
- все ответы верны.
- ✓ совокупность основополагающих, постоянно действующих положений теории и практики установления цен, характерных для всей системы цен и лежащие в ее основе;
- совокупность конкретных рекомендаций;

28. В основе затратного подхода в ценообразовании лежат:

- количество конкретного труда;

- √ совокупные издержки производства.
- закон повышения производительности труда;
- закон стоимости и роста потребительной стоимости;
- количество абстрактного труда

29. Теоретической основой ценообразования являются:

- √ закон стоимости, закон спроса и предложения, закон денежного обращения
- все верно.
- полезность товара;
- закон убывающей отдачи;
- издержки производства;

30. Теории цен:

- неоклассический синтез;
- теория трудовой стоимости;
- теория предельной полезности: объективный и субъективный маржинализм;
- теория факторов производства и теория спроса и предложения;
- √ все ответы верны.

31. Стоимостная теория рассматривает сущность цены с позиций:

- √ производителя;
- потребителя;
- все ответы верны.
- властных структур;
- конкурента;

32. Товарная цена товара – это:

- цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии – однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.
- все ответы верны.
- цена при которой объем спроса равен объему предложения;
- денежное выражение стоимости товара;
- √ количественное выражение стоимости данного товара в единицах другого товара;

33. Цена – это:

- это важнейший регулятор рыночных отношений;
- √ все ответы верны.
- это важнейшая историческая и экономическая категория;
- это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена;
- это денежная сумма, взимаемая за конкретный товар, то есть сумма денег, за которую покупатель готов купить товар определенной полезности, а продавец – продать его;

34. Затратный подход к ценообразованию учитывает:

- объем спроса и его ценовую эластичность;
- объем предельных маргинальных затрат.
- объем коммерческих расходов на организацию маркетинга;
- √ объем расходов на производство и реализацию продукции;
- внепроизводственные расходы;

35. Равновесная цена – это:

- цена спроса;
- внутрифирменная цена.
- цена производства;
- ✓ цена при которой объем спроса равен объему предложения;
- цена предложения;

36. Цена, фиксируемая в процессе исполнения контракта – это цена:

- исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
- зафиксированная при заключении контракта, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится.
- не подлежащая изменению в течение всего срока действия контракта;
- не зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии;
- ✓ уточняемая сторонами непосредственно перед поставкой каждой партии товара или (при долгосрочных контрактах) – ежегодно перед началом очередного хозяйственного / финансового года;

37. Скользящая цена – это цена:

- не подлежащая изменению в течение всего срока действия контракта;
- зафиксированная при заключении контракта;
- зафиксированная при заключении контракта, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;
- не зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии.
- ✓ исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;

38. Подвижная цена – это цена:

- зафиксированная при заключении контракта;
- не зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии;
- ✓ зафиксированная при заключении контракта, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится;
- исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта.
- не подлежащая изменению в течение всего срока действия контракта;

39. Цены считаются мировыми, если соблюдаются следующие условия:

- это должны быть цены крупных экспортных или импортных сделок;
- это должны быть цены сделок, предусматривающих платежи в свободно конвертируемой валюте;
- это должны быть цены сделок, совершаемых на ведущих по данному товару мировых рынках;
- ✓ все ответы верны.
- это должны быть цены сделок, носящих регулярный характер;

40. Регулируемые цены – это:

- цены, представляющие собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;
- цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;
- ✓ цены, устанавливаемые соответствующими органами управления
- цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе издержек производства.
- цены, устанавливаемые на основе цен ближайшего крупнейшего конкурента

41. Свободные рыночные цены – это:

- цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе издержек производства;
- ✓ цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;
- цены, устанавливаемые на основе цен ближайшего крупнейшего конкурента;
- цены, представляющие собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале.
- цены, устанавливаемые соответствующими органами управления;

42. Элементами торговой надбавки являются:

- транспортный налог и НДС;
 - транспортный налог, прибыль торгога;
 - акциз и снабженческая надбавка
 - прибыль торгога.
- ✓ издержки обращения и прибыль торгога;

43. Элементами оптовой цены товара являются:

- прибыль, торговая надбавка, себестоимость
 - НДС и издержки обращения;
 - издержки обращения и издержки производства;
- ✓ прибыль, себестоимость, НДС.
- себестоимость и НДС

44. Производственная себестоимость - это:

- цеховая себестоимость и торговая надбавка;
 - цеховые расходы и налоговые отчисления;
 - общехозяйственные расходы и торговая надбавка;
- ✓ цеховая себестоимость и общехозяйственные расходы.
- снабженческо – сбытовая и торговая надбавка;

45. Дилерские скидки это:

- скидки предоставляемые продавцами при продаже товаров иностранным покупателям сверх тех скидок, которые действуют для покупателей внутреннего рынка;
 - скидки за возврат старого, ранее купленного у данной фирмы товара, в счет приобретения у нее же нового;
- ✓ скидки предоставляемые производителями своим постоянным агентам и другим посредникам по сбыту;
- специальные скидки каналам товародвижения.
 - скидки на пробные партии товара и заказы;

46. Бонусная скидка это:

- скидка, предоставляемая со справочной цены товара;
- ✓ скидка устанавливаемая по определенной шкале в зависимости от достигнутого оборота в течение согласованного сторонами периода;
- скидка устанавливаемая в зависимости от условий, при которых осуществляется платеж;
 - скидка с прейскурантной цены.
 - скидка при условии покупки заранее определенного, увеличивающегося количества товара;

47. «Франко» - это:

- метод калькуляции себестоимости продукции;
- метод расчета точки безубыточности;
- метод расчета цены единицы продукции;
- метод расчета предельных размеров затрат на строительство каждого объекта.

✓ метод учета издержек транспортировки в цене продукции;

48. Договорная цена – это:

- цена на приобретенный для установки на каждом объекте инструментарий, производственный инвентарь;
- ✓ цена устанавливаемая по соглашению между заказчиками и подрядчиками;
- цена на приобретенное для установки на каждом объекте оборудование;
- предельный размер затрат на строительство каждого объекта.
- усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта;

49. Прейскурантная цена – это:

- цена, устанавливаемая по соглашению между заказчиками и подрядчиками;
- цена на приобретенное для установки на каждом объекте оборудование;
- ✓ усредненная сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта;
- цена на приобретенный для установки на каждом объекте инструментарий, производственный инвентарь.
- предельный размер затрат на строительство каждого объекта;

50. Сметная стоимость каждого объекта – это:

- сметная цена на приобретенное для установки на каждом объекте оборудование;
- ✓ предельный размер затрат на строительство каждого объекта;
- сметные цены на приобретенный для установки на каждом объекте инструментарий, производственный инвентарь и прочие затраты;
- все ответы верны
- сметные цены на строительные материалы и конструкции;

51. Договорные контрактные цены на продукцию строительства устанавливаются:

- на приобретенное для установки на объекте оборудование;
- на приобретенный для установки на объекте инструментарий;
- на строительные материалы и конструкции;
- на строительные материалы и конструкции.
- ✓ на готовые строительные объекты под ключ;

52. Сметная стоимость строительного-монтажных работ определяется на основе:

- агрегирования сметных норм и расценок на строительные-монтажные работы;
- сметных цен на приобретенное для установки на объекте оборудование;
- сметных цен на приобретенный для установки на объекте инструментарий, производственный инвентарь и прочих затрат;
- ✓ все ответы верны.
- сметных цен на строительные материалы и конструкции;

53. Трансфертные цены – это:

- цены, представляющие собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;
- цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;
- ✓ цены, применяемые внутри фирмы при реализации продукции между разными подразделениями предприятия или фирмы; а также при реализации продукции между разными фирмами, но входящими в одну ассоциацию.
- цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе издержек производства.

- цены, устанавливаемые на основе цен ближайшего крупнейшего конкурента;

54. Ступенчатая цена – это:

- цена применяемая в контрактах на нестандартное специальное оборудование, производимое, как правило, по индивидуальным заказам;
- ✓ цена, представляющая собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;
- цена окончательно устанавливаемая лишь после выполнения заказа;
- все ответы верны.
- цена рассчитываемая поставщиком для каждого конкретного заказа;

55. Сезонная цена - это:

- цена окончательно устанавливаемая лишь после выполнения заказа;
- ✓ цена, срок действия которой определен периодом времени года;
- цена, срок действия которой заранее не определен;
- цена рассчитываемая поставщиком для каждого конкретного заказа.
- цена, представляющая собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;

56. Постоянная цена – это:

- цена, срок действия которой определен периодом времени года;
- цена рассчитываемая поставщиком для каждого конкретного заказа.
- ✓ цена, срок действия которой заранее не определен;
- цена окончательно устанавливаемая лишь после выполнения заказа;
- цена, представляющая собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;

57. Цена производства – это:

- рыночная цена, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;
- цена, которая складывается на рынке покупателя.
- ✓ цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;
- цена, которая складывается на рынке продавца;
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления;

58. Себестоимость возмещается:

- все ответы верны.
- потребителем из цены продукции;
- ✓ производителем из выручки от реализации продукции;
- коммерческими издержками;
- из налоговых отчислений;

59. Максимальная цена определяется:

- конкурентоспособностью;
- спросом и предложением;
- издержками предприятия;
- ✓ уникальными достоинствами товара;
- все ответы верны.

60. Минимальная цена определяется:

- спросом и предложением;
- все ответы верны.
- ✓ издержками предприятия;

- конкурентоспособностью;
- уникальными достоинствами товара;

61. Затраты на упаковку, произведенные на складе готовой продукции, включают:

- в прямые расходы;
- в цеховые расходы;
- в общехозяйственные расходы;
- ✓ в коммерческие расходы;
- все перечисленные.

62. Передача товара между подразделениями фирмы осуществляется по ценам:

- скользящим;
- ✓ трансфертным;
- закупочным.
- оптовым;
- гибким;

63. Производственная себестоимость количественно отличается от цеховой на величину ...расходов:

- по содержанию и эксплуатации оборудования;
- прямых.
- переменных;
- коммерческих;
- ✓ общехозяйственных;

64. Полная себестоимость больше производственной на величину.... расходов:

- ✓ коммерческих;
- цеховых;
- транспортных;
- общехозяйственных
- прямых.

65. Скидка «спонто» это:

- сезонная скидка;
- экспортная скидка.
- ✓ скидка за наличный расчет;
- общая скидка со справочной цены;
- специальная скидка на пробные партии товара;

66. Налоги, являющиеся, как правило, структурными элементами всех видов цен:

- акцизы;
- налог на имущество.
- ✓ НДС;
- транспортный налог;
- земельный налог;

67. Психологические аспекты ценообразования:

- снижение цен на товары, не пользующиеся спросом;
- все верно.
- ценовая дискриминация;
- установление высоких цен на престижные товары;
- ✓ установление неокругленных цен;

68. Цена «франко» зависит от:

- доли товара на рынке;
- конкуренции.
- спроса на товар;
- √ метода учета издержек транспортировки в цене товара;
- вида товара;

69. Какой из перечисленных относится к косвенным налогам:

- √ НДС;
- подоходный налог.
- налог на имущество;
- акциз;
- налог на прибыль;

70. Цена – брутто – это:

- цена на месте купли – продажи;
- все ответы верны.
- √ фактурная цена, определяемая с учетом условий купли – продажи (вида и размера потоварных налогов, наличия и уровня скидок, вида «франко» и условия страховки);
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления;
- цена, которая складывается на рынке продавца;

71. Цена – нетто – это:

- √ цена на месте купли – продажи;
- фактурная цена, определяемая с учетом условий купли – продажи (вида и размера потоварных налогов, наличия и уровня скидок, вида «франко» и условия страховки);
- цена, которая складывается на рынке продавца;
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления;
- цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;

72. К модификациям цен относятся:

- цена ФОБ;
- цена СИФ;
- цена КАФ;
- цена ФОР;
- √ все ответы верны.

73. Цена предложения – это:

- √ рыночная цена, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;
- цена, которая складывается на рынке продавца;
- цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал.
- цена, которая складывается на рынке покупателя;
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления;

74. Цена спроса – это:

- цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления.
- цена, которая складывается на рынке продавца;
- √ цена, которая складывается на рынке покупателя;
- рыночная цена, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;

75. При методе структурной аналогии:

- на основе статистического материала по однотипной продукции определяется структура себестоимости;
- ✓ все ответы верны.
- определенным методом определяются абсолютные величины материальных затрат или заработной платы по новому изделию;
- зная абсолютные величины того или иного вида затрат по новому изделию и его удельный вес в структуре себестоимости по аналогичной группе продукции рассчитываются ориентировочные затраты по новому изделию;
- находится удельный вес материальных затрат и заработной платы в полной себестоимости продукции;

76. При методе ценообразования надбавок к издержкам - «издержки плюс»:

- цена рассчитывается как сумма себестоимости единицы продукции и отношения процента дохода на инвестируемый капитал к объему сбыта продукции;
- цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии).
- цена основывается на базе общественных отраслевых затрат и определяется на основе нормативной себестоимости, средней нормы прибыли и снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.
- ✓ цены продаж рассчитываются путем прибавления к цене производства и цене закупки и хранения материалов и сырья определенной добавочной величины – прибыли.
- цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция;

77. При нормативном методе ценообразования:

- цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии);
- цены продаж рассчитываются путем прибавления к цене производства и цене закупки и хранения материалов и сырья определенной добавочной величины – прибыли;
- цена рассчитывается как сумма себестоимости единицы продукции и отношения процента дохода на инвестируемый капитал к объему сбыта продукции.
- цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция;
- ✓ цена основывается на базе общественных отраслевых затрат и определяется на основе нормативной себестоимости, средней нормы прибыли и снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;

78. При агрегатном методе ценообразования:

- цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии);
- цена рассчитывается как сумма себестоимости единицы продукции и отношения процента дохода на инвестируемый капитал к объему сбыта продукции.
- ✓ цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция с добавлением стоимости оригинальных узлов (деталей);
- цены продаж рассчитываются путем прибавления к цене производства и цене закупки и хранения материалов и сырья определенной добавочной величины – прибыли.
- цена основывается на базе общественных отраслевых затрат и определяется на основе нормативной себестоимости, средней нормы прибыли и снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;

79. При методе затрат:

- ✓ цена определяется как сумма себестоимости, прибыли, налоговых отчислений и снабженческо-сбытовых и торговых наценок;
- цена основывается на базе общественных отраслевых затрат и определяется на основе нормативной себестоимости, средней нормы прибыли и снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.
- цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии);

- цены продаж рассчитываются путем прибавления к цене производства и цене закупки и хранения материалов и сырья определенной добавочной величины – прибыли.
- цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция;

80. Практическое осуществление метода удельных показателей ценообразования проходит в следующие этапы:

- составляется балловая шкала по параметрам изделия в целом.
- ✓ определяется удельная цена на единицу основного параметра, а затем на ее основе определяется цена нового изделия;
- выбираются технико-экономические и потребительские параметры группы изделий и определяется число баллов по каждому выбранному параметру;
- в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических параметров выявляются параметры, оказывающие наибольшее воздействие на себестоимость и цену изделия;
- изделия четко классифицируются по соответствующим параметрическим группам;

81. Удельные показатели – это:

- это сумма цен отдельных конструктивных элементов нового изделия;
- это произведение величины себестоимости или цены единицы изделия на значение основного качественного параметра по каждому изделию данного параметрического ряда;
- экспертные показатели технико-экономических параметров нового изделия;
- ✓ это частное от деления величины себестоимости или цены единицы изделия на значение основного качественного параметра по каждому изделию данного параметрического ряда;
- это показатели структурной аналогии нового изделия.

82. При методе корреляционно-регрессионного анализа ориентируются:

- на издержки производства и обращения;
- ✓ на нахождение взаимосвязи цен с величиной основных потребительских параметров нового изделия;
- на состояние рынка – спрос и конкуренцию.
- на структурную аналогию;
- на экспертные оценки технико-экономических показателей;

83. Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции обусловлено:

- значительной долей товара фирмы на рынке;
- трудностями в определении уровня конкуренции.
- трудностями в определении уровня спроса на товары фирмы;
- однородностью номенклатуры продукции фирмы;
- ✓ трудностями в определении затрат на единицу продукции;

84. При затратных методах ценообразования ориентируются:

- на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка;
- на экспертные оценки.
- на экспертные оценки технико-экономических показателей;
- ✓ на издержки производства и обращения;
- на структурную аналогию;

85. При методе удельных показателей ориентируются:

- на текущие цены конкурентов;

- ✓ на один основной параметр нового изделия;
- на корреляционно-регрессионный анализ.
- на факторы производства;
- на экспертные оценки технико-экономических показателей;

86. При балловом методе ценообразования ориентируются:

- ✓ на экспертные оценки технико-экономических показателей;
- на факторы производства.
- на издержки производства;
- на корреляционно-регрессионный анализ;
- на состояние рынка – спрос и конкуренцию;

87. К альтернативным рыночным методам ценообразования относятся:

- балловый метод;
- метод корреляционно-регрессионного анализа.
- метод дохода на капитал;
- ✓ метод определения цен, ориентированное на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка;
- метод целевого ценообразования;

88. Затраты на упаковку, произведенные на складе готовой продукции, включены в:

- ✓ коммерческие расходы;
- все перечисленные.
- цеховые расходы;
- прямые расходы;
- общехозяйственные расходы;

89. Затратный подход к ценообразованию учитывает:

- спрос и его ценовую эластичность
- эластичность спроса по доходу.
- удельную долю рынка;
- ✓ расходы на производство и реализацию продукции;
- качественные параметры товара;

90. При определении цены на основе метода «следования за лидером» предусмотрена ориентация на:

- собственные издержки и качество товара;
- спрос покупателей;
- все перечисленное верно.
- собственные издержки, качество и цены конкурентов;
- ✓ цены крупнейшего и ближайшего конкурента;

91. Суть метода ценообразования “анализ безубыточности и обеспечение целевой прибыли”:

- установление цены исходя из покупательского восприятия;
- все верно.
- ✓ построение кривых валовых поступлений и валовых издержек;
- начисление определенной наценки на издержки;
- ориентация на цены конкурентов;

92. Методы рыночного ценообразования:

- максимизация прибыли;
- все перечисленные.
- максимальное увеличение объема продаж;
- обеспечение выживаемости;

✓ «издержки плюс»;

93. Длительным периодом называется период, в котором:

- фирмы свободно входят в отрасль;
- период зависящий от жизненного цикла товара.
- все факторы производства рассматриваются как постоянные;
- ✓ все факторы производства рассматриваются как переменные;
- часть факторов постоянна, а часть является переменной;

94. Предельные издержки равны :

- средним общим издержкам , умноженным на объем выпуска;
- приросту предельного дохода.
- ✓ приросту переменных издержек в результате увеличения выпуска продукции на единицу;
- приросту средних переменных издержек в результате увеличения выпуска на единицу;
- приросту постоянных издержек в результате увеличения выпуска на единицу;

95. В соответствии с бухгалтерским подходом:

- все ответы верны;
- ✓ затраты на выпуск продукции определяются как стоимость израсходованных ресурсов в фактических ценах их приобретения;
- затраты на выпуск продукции определяются как стоимость израсходованных ресурсов в прогнозных ценах их приобретения;
- затраты на выпуск продукции определяются как стоимость других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном из всех возможных альтернативных направлений использования тех же ресурсов;
- затраты, величина которых изменяется с изменением степени загрузки производственных мощностей постоянны;

96. Предельными маржинальными издержками называются:

- общий объем постоянных и переменных издержек производства;
- все ответы верны.
- общий объем предпринимательских расходов, связанный с валовым совокупным объемом производства;
- ✓ издержки, связанные с производством одной дополнительной единицы продукции;
- затраты на создание условий и осуществление конкретной предпринимательской деятельности, ради которой создано данное предприятие;

97. Средние валовые издержки производства равняются:

- ✓ отношению общей суммы валовых издержек к объему производства;
- сумме общей суммы валовых издержек и объема производства;
- разности общей суммы валовых издержек и объема производства;
- произведению общей суммы валовых издержек и объема производства;

98. Средние переменные издержки равняются:

- сумме общей суммы переменных издержек и объема производства;
- разности общей суммы переменных издержек и объема производства;
- произведению общей суммы переменных издержек и объема производства;
- ✓ отношению общей суммы переменных издержек к объему производства;

99. Предпринимательские издержки на производство и реализацию продукции:

- ✓ это затраты связанные с простым и расширенным воспроизводством;
- определяют цену предложения;
- это затраты относимые на себестоимость продукции;
- формируются в соответствии с Положением о составе затрат на производство и реализацию продукции (работ и услуг), утвержденным правительством;

100. Издержки на производство и реализацию продукции это:
- важнейший внутрипроизводственный показатель;
 - это показатель необходимый для выработки эффективной предпринимательской политики;
 - расход всех факторов производства, выраженный в денежной форме;
 - ✓ все ответы верны.
 - это показатель необходимый для определения цены предложения;
101. Отдача от масштаба показывает:
- изменение общих издержек зависит от закона убывающей отдачи.
 - во сколько раз надо увеличить затраты одного ресурса, чтобы выпуск вырос в n раз;
 - степень увеличения выпуска при увеличении использования одного из ресурсов в n раз;
 - все перечисленное верно.
 - ✓ степень увеличения выпуска при увеличении использования ресурсов в n раз;
102. В долгосрочном периоде производства с увеличением объема выпуска фирмы:
- издержки производства на единицу продукции возрастут;
 - издержки производства на единицу снижаются;
 - издержки производства на единицу продукции неизменны;
 - ✓ изменение издержек зависит от характера отдачи от масштаба;
103. Производственная функция показывает:
- какие затраты нужно осуществить для того, чтобы произвести тот или иной объем продукции;
 - наиболее выгодный для фирмы выпуск при данных ценах на факторы производства;
 - минимальное количество продукции, которое можно получить, используя данное сочетание факторов производства;
 - ✓ максимальное количество продукции, которое необходимо получить, используя данное сочетание факторов производства;
104. Кривая долгосрочных средних издержек показывает:
- дополнительные затраты, требуемые для производства дополнительной единицы продукции, когда все факторы являются переменными;
 - совокупные издержки производства в длительном периоде;
 - ✓ минимальные средние издержки производства, когда все факторы производства являются переменными;
 - все ответы верны.
 - изменения в условиях формирования издержек;
105. Минимальное значение средних издержек определяется точкой:
- пересечения кривых совокупных и переменных издержек;
 - пересечения кривых постоянных и переменных издержек;
 - пересечения средних и переменных издержек;
 - ✓ пересечения кривых предельных и средних издержек;
106. Издержки на производство и реализацию продукции представляют собой:
- ✓ расход всех факторов производства, выраженный в денежной форме;
 - затраты, величина которых не меняется с изменением степени загрузки производственных мощностей;
 - затраты, величина которых изменяется с изменением степени загрузки производственных мощностей;
 - все ответы верны.
 - денежное выражение части стоимости единицы товара;
107. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли называется:
- анализом условия максимизации прибыли;
 - ✓ анализом критической точки;
 - производственной функцией;
 - анализом потребительского излишка.

- анализом условия минимизации затрат;

108. Маржинальные издержки равняются:

- произведению прироста общей суммы переменных издержек и прироста объема производства;
- ✓ отношению прироста общей суммы переменных издержек к приросту объема производства;
- сумме общей суммы постоянных издержек и объема производства;
- разности общей суммы постоянных издержек и объема производства;

109. Средние постоянные издержки равняются:

- произведению общей суммы постоянных издержек и объема производства;
- ✓ отношению общей суммы постоянных издержек к объему производства;
- сумме общей суммы постоянных издержек и объема производства;
- разности общей суммы постоянных издержек и объема производства;

110. Если средние издержки производства по мере увеличения выпуска снижаются, то:

- предельные издержки производства снижаются;
- ✓ общие издержки производства снижаются;
- предельные издержки производства должны быть меньше, чем средние переменные;
- предельные издержки должны быть больше, чем средние переменные.
- постоянные издержки производства снижаются;

111. Явные альтернативные вмененные издержки это:

- вмененные издержки по использованию ресурсов, принадлежащих самим владельцам предприятия как юридическим лицам;
- издержки не предусмотренные контрактом;
- издержки носящие скрытый характер;
- все ответы верны.
- ✓ это вмененные издержки, принимающие форму прямых денежных платежей предприятия за приобретенные ресурсы;

112. Альтернативные вмененные издержки это:

- издержки на производство взаимозаменяемой продукции;
- издержки на производство взаимодополняющей продукции;
- это затраты связанные с простым и расширенным воспроизводством
- это затраты определяющие цену предложения.
- ✓ денежные потери, связанные с упущенными возможностями наилучшего использования ресурсов предприятия;

113. Определите, какое из ниже приведенных утверждений верно:

- производство и производительность – это одно и то же;
- рост производства автоматически ведет к росту производительности;
- производительность растет при полном использовании ресурсов;
- ✓ увеличение производительности приводит, при прочих равных условиях, к росту объема производства;

114. Какое из предлагаемых определений является лучшим для понятия «предельные издержки»:

- Дополнительные расходы, вызванные общим повышением цен на рынке на 1 %;
- сумма расходов сверх средних переменных затрат, необходимая для производства дополнительной единицы продукции;
- ✓ издержки на производство дополнительной единицы продукции;
- издержки, связанные с привлечением факторов производства;

115. К постоянным издержкам относятся все из перечисленных ниже затрат, кроме:

- амортизация зданий и сооружений, охрана помещений
- заработная плата работников управления;
- ✓ затрат на топливо и энергию для технологических целей;

- затраты на использование коммунальных услуг;
- платы за аренду склада готовой продукции;

116. Факторы, вызывающие увеличение переменных издержек в краткосрочном периоде:

- увеличение банковских ставок на кредиты;
- увеличение местных налогов;
- увеличение арендной платы за оборудование;
- все ответы верны.
- ✓ увеличение цен на сырье;

117. Чтобы найти постоянные затраты необходимо:

- из средних общих затрат вычесть средние переменные затраты;
- из общих затрат вычесть переменные и разделить на объем выпуска;
- из постоянных затрат вычесть переменные;
- суммировать затраты по производству продукции.
- ✓ из общих затрат вычесть переменные;

118. Условием стимулирования интереса предприятий к снижению издержек производства и обращения является:

- экономическая самостоятельность предприятия;
- повышение спроса и предложения на рынке;
- рост цен на рынке;
- экономическая дестабилизация производства.
- ✓ острая конкуренция на рынке;

119. На формирование издержек производства и обращения оказывают влияние:

- ✓ все ответы верны.
- наиболее полное отражение в себестоимости расходов по производству и реализации продукции;
- организация ценообразования;
- структура финансовых ресурсов;
- особенности распределения прибыли;

120. Отказ от поисков резервов снижения затрат, необоснованный рост цен способствуют:

- замораживанию огромных финансовых и материальных ресурсов в незавершенном производстве;
- всеобщему дефициту;
- технической отсталости производства;
- ✓ все ответы верны.
- росту сверхнормативных запасов;

121. Предельные издержки – это:

- минимальные издержки, связанные с производством данного вида продукции;
- все перечисленное верно.
- недопустимые для производителя издержки;
- максимальные издержки, которые может позволить себе производитель при существующих рыночных условиях;
- ✓ издержки, связанные с производством дополнительной единицы данного вида продукции;

122. Ценообразующие факторы – это:

- способы внешнего воздействия на цены организации;
- способы внутреннего воздействия на структуру цен изготовителя;
- совокупность методов, правил и технологии формирования цены, отражающих особенности построения конкретных видов цен.
- все верно.
- ✓ перечень различных переменных аргументов, которые оказывают влияние на формирование уровня, структуры и динамики цен;

123. Внутренние ценообразующие факторы – это:
- факторы учитывающие изменение общеэкономических пропорций;
 - факторы учитывающие изменение экономических и политических условий в стране и за ее пределами.
 - факторы не зависящие от деятельности самого предприятия;
 - макроэкономические факторы;
 - √ факторы зависящие от деятельности самого предприятия;
124. Отдача от масштаба показывает:
- √ степень увеличения выпуска продукции при увеличении использования всех ресурсов в n раз;
 - уровень потребительского излишка;
 - уровень роста предельной полезности продукта;
 - что, темпы роста общего продукта увеличиваются постоянно.
 - во сколько раз надо увеличить затраты одного ресурса, чтобы выпуск вырос в n раз;
125. Линия роста в коротком периоде:
- отрезок прямой, проведенный параллельно оси абсцисс;
 - √ луч, проведенный из начала координат;
 - не может быть определена, так как один из факторов производства не может быть изменен;
 - кривая соответствующая изменениям издержек.
 - отрезок прямой, проведенный перпендикулярно оси абсцисс;
126. Чем объясняется U-образная форма кривых средних долгосрочных издержек
- действием закона уменьшающейся отдачи.
 - размерами предприятия.
 - заданная кривая, в зависимости от за планируемых издержек производства;
 - все верно.
 - √ действием эффекта масштаба.
127. График средних валовых совокупных издержек производства представляет собой:
- ломанную кривую;
 - √ параболу;
 - гиперболу;
 - прямую линию;
128. Бухгалтерские издержки не учитывают:
- явные вмененные издержки;
 - √ неявные вмененные издержки;
 - затраты, представленные в виде платежей за приобретаемые ресурсы;
 - все ответы верны;
129. Альтернативные вмененные издержки бывают:
- явные;
 - внешние;
 - внутренние;
 - √ все ответы верны.
 - неявные;
130. В практике ценообразования на предприятии в условиях рынка принято различать:

- бухгалтерские издержки на производство и реализацию продукции;
- экономические издержки;
- альтернативные издержки;
- √ все ответы верны.
- предпринимательские издержки на производство и реализацию продукции;

131. Основная цель рыночного анализа затрат:

- выявить цену предложения;
- √ выявить оптимальное соотношение между издержками и доходами;
- выявить условия максимизации прибыли;
- все ответы верны

132. Стоимость в отличие от себестоимости это:

- реально существующая стоимостная категория;
- показатель эффективности использования ресурсов;
- непроизводительные затраты и потери;
- все ответы верны.
- √ абстрактная величина;

133. Издержки производства хозяйственного объекта, получившие денежную форму выражения называются:

- стоимостью;
- издержками обращения;
- √ себестоимостью;
- оптовой ценой;

134. При увеличении выпуска продукции в долгосрочной перспективе уменьшаются:

- TC;
- AVC;
- FC.
- √ ATC
- VC;

135. При любом данном объеме выпуска общие издержки равны:

- $ATC - AVC$;
- √ $ATC \times Q$;
- средним неявным издержкам + средние переменные издержки;
- $ATC - AFC$.
- $AVC \times Q$;

136. Постоянные издержки – это:

- валовые издержки фирмы;
- издержки, связанные с реализацией продукции;
- √ издержки не зависящие от объема производства продукции
- все верно.
- минимальные издержки фирмы, связанные с изготовлением определенного объема продукции;

137. К важнейшим факторам производства относят:

- Все выше перечисленное.
- Только труд;
- √ Труд, капитал, землю, предпринимательство;
- Природные условия
- Менеджмент и технологию;

138. Неявные затраты - это:
- затраты, изменяющиеся при изменении объема производства;
 - бухгалтерские затраты;
 - затраты, не изменяющиеся при изменении объема производства;
 - все перечисленное верно
 - ✓ затраты ресурсов, принадлежащих собственнику – как юридическому лицу;

139. Предельные издержки могут быть определены как:

- $MC = \Delta TR / \Delta Q$;
- ✓ $MC = \Delta VC / \Delta Q$;
- $MC = \Delta VC / Q$.
- $MC = \Delta FC / \Delta Q$;
- $MC = \Delta MU / \Delta P$;

140. Общие затраты на производство продукции определяются как:

- $TC - FC$;
- ✓ $FC + VC$;
- $MC + VC$;
- $ATC - AVC$.
- $AVC + ATC$;

141. Издержки производства как элемент цены предопределяют:

- пропорции распределения;
- нижний предел цен товаров;
- уровень конкурентоспособности товаров;
- ✓ все ответы верны.
- образование составных частей финансовых ресурсов;

142. Затраты, зависящие от объема выпускаемой продукции:

- косвенные;
- постоянные;
- накладные;
- альтернативные вмененные.
- ✓ переменные;

143. Средние издержки – это:

- ✓ затраты на единицу продукции;
- сумма переменных издержек на единицу продукции;
- валовые издержки производства на единицу продукции;
- прирост общих затрат.
- сумма средних постоянных затрат;

144. От объема производства продукции не зависят:

- ✓ FC
- ATC ;
- TC ;
- AVC .
- AFC ;

145. Предельный доход - это:

- валовой доход на единицу продаж;

- ✓ доход полученный от реализации дополнительно выпущенной продукции
- потенциальный доход на единицу произведенной продукции;
- все ответы верны.
- польза полученная от потребления одной дополнительно потребленной продукции

146. Что входит в понятие факторы производства:

- издержки производства и рентабельность продукции;
- ✓ труд, земля, капитал;
- недвижимость и, денежные активы;
- все верно.
- основные и оборотные средства;

147. К географическим факторам относятся:

- тип рынка;
- уровень и темпы инфляции;
- состояние кредитно-денежной системы;
- этап жизненного цикла товара на рынке.
- ✓ местоположение предприятия;

148. К внутренним ценообразующим факторам относятся:

- макроэкономические факторы;
- ✓ факторы зависящие от деятельности самого предприятия;
- географические факторы;
- экономические факторы.
- рыночные факторы;

149. Внешние ценообразующие факторы классифицируются на:

- географические факторы;
- рыночные факторы;
- макроэкономические факторы;
- ✓ все ответы верны.
- экономические факторы;

150. Когда коэффициент перекрестной эластичности спроса одного товара по цене другого товара равен $1/5$, то такие товары считаются:

- нормальными;
- взаимодополняющими;
- совершенно не заменяемыми;
- товарами Гиффена.
- ✓ взаимозаменяемыми;

151. Когда коэффициент перекрестной эластичности спроса одного товара по цене другого товара равен -2 , то такие товары считаются:

- совершенно не заменяемыми;
- товарами Гиффена.
- нормальными;
- ✓ взаимодополняющими;
- взаимозаменяемыми;

152. Коэффициент перекрестной взаимной эластичности спроса вычисляется как:

- отношение относительного изменения объемов продаж по старым и новым ценам на относительное изменение этих цен;

- отношение удельного прироста объемов продаж на удельный прирост доходов потребителей;
- разность относительного изменения объемов продаж и цен их реализации.
- сумма относительного изменения объемов продаж и цен их реализации;
- ✓ отношение удельного прироста объемов продаж одного товара на удельный прирост цен другого товара;

153. Коэффициент эластичности спроса по доходу вычисляется как:

- отношение относительного изменения объемов продаж по старым и новым ценам на относительное изменение этих цен;
- разность относительного изменения объемов продаж и цен их реализации.
- ✓ отношение удельного прироста объемов продаж на удельный прирост доходов потребителей;
- произведение относительного изменения объемов продаж по старым и новым ценам и относительного изменения этих цен;
- произведение удельного прироста объемов продаж и удельного прироста доходов потребителей;

154. Коэффициент эластичности спроса по цене вычисляется как:

- отношение удельного прироста объемов продаж на удельный прирост доходов потребителей;
- относительное изменение в ценах продаж деленное на изменение в количестве товаров, на которые предъявляется спрос.
- произведение относительного изменения объемов продаж по старым и новым ценам и относительного изменения этих цен;
- сумма относительного изменения объемов продаж и цен их реализации;
- ✓ отношение относительного изменения объемов продаж по старым и новым ценам на относительное изменение этих цен;

155. Эластичность спроса по доходу показывает:

- на сколько процентов увеличивается объем спроса на первый товар при увеличении цены второго товара, при прочих равных условиях;
- ✓ на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода потребителя на один процент;
- уровень покупательской способности потребителя.
- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте;
- на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на один процент;

156. Ценовая эластичность показывает:

- ✓ на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на один процент;
- на сколько процентов увеличивается объем спроса на первый товар при увеличении цены второго товара, при прочих равных условиях;
- на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода потребителя на один процент;
- желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях.
- уровень покупательской способности потребителя;

157. Эластичность – это:

- желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях;
- все ответы верны
- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте;
- уровень покупательской способности потребителя;
- ✓ мера реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой величины;

158. Объем предложения – это:

- то количество товара или услуг, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени;
- желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях;

- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.
- ✓ то количество товаров или услуг, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте;
- уровень покупательской способности потребителя;

159. Предложение – это:

- ✓ желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях;
- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.
- уровень покупательской способности потребителя;
- то количество товаров или услуг, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте;
- то количество товара или услуг, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени;

160. Объем спроса – это:

- желание потребителя купить товар или услугу в определенном месте;
- уровень покупательской способности потребителя.
- ✓ то количество товара или услуг, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени;
- то количество товаров или услуг, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте;
- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте;

161. Спрос – это:

- то количество товара или услуг, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени.
- то количество товаров или услуг, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте;
- желание потребителя купить товар или услугу в определенном месте;
- ✓ желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте;
- уровень покупательской способности потребителя;

162. Равновесие рынка считается неустойчивым, если:

- экономическая система очень часто выходит из состояния равновесия и исходное состояние устойчиво;
- в экономической системе, выведенной из состояния равновесия, возникают силы, возвращающие систему в исходное состояние;
- ✓ после его нарушения рынок не обладает способностью сам за счет своих внутренних сил вернуться вновь в исходное равновесное положение;
- если спрос и предложение относительно уравновешены;
- после его нарушения рынок способен сам за счет своих внутренних сил вернуться вновь в исходное положение.

163. Равновесие рынка считается устойчивым, если:

- в экономической системе, выведенной из состояния равновесия, не возникают силы, возвращающие систему в исходное состояние;
- ✓ после его нарушения рынок способен сам за счет своих внутренних сил вернуться вновь в исходное равновесное положение;
- если предложение на рынке превышает спрос.
- если спрос на рынке превышает предложение;
- экономическая система очень часто выходит из состояния равновесия и исходное состояние устойчиво;

164. Когда коэффициент взаимной перекрестной эластичности спроса на товар является величиной положительной, то такие товары являются:

- ✓ взаимозамещающими товарами;
- взаимодополняющими товарами.
- товарами Гиффена;
- товарами низшей категории;
- нормальными товарами;

165. Когда коэффициент взаимной перекрестной эластичности спроса на товар является величиной отрицательной, то такие товары являются:

- взаимозаменяемыми товарами;
- товарами низшей категории.
- товарами Гиффена;
- нормальными товарами;
- √ взаимодополняющими товарами;

166. Перекрестная эластичность спроса по цене характеризует изменение:

- цены одного товара при изменении цены другого товара;
- величины спроса на один товар при изменении цены предложения;
- цены одного товара при изменении предложения другого товара;
- величины спроса на один товар при изменении спроса на другой товар;
- √ величины спроса на один товар при изменении цены другого товара;

167. Кривая предложения показывает, что:

- между ценой товара и количеством его предложения устанавливается обратно пропорциональная зависимость;
- цена спроса на рынке зависит от цены предложения.
- между ценой товара и его количеством нет никакой зависимости;
- √ между ценой товара и количеством его предложения устанавливается прямо пропорциональная зависимость;
- цена товара на рынке зависит от уровня эластичности спроса;

168. Закон спроса показывает, что:

- √ между ценой товара и количеством спроса на него устанавливается обратно пропорциональная зависимость;
- между ценой товара и его количеством нет никакой зависимости.
- между ценой товара и количеством спроса на него устанавливается прямо пропорциональная зависимость;
- цена товара на рынке зависит от уровня эластичности спроса;
- цена спроса на рынке зависит от цены предложения;

169. В паутинообразной модели стабильного равновесия эластичность спроса и предложения:

- эластичность предложения больше эластичности спроса;
- спрос и предложение не эластичны;
- равны;
- спрос совершенно эластичен.
- √ эластичность спроса больше эластичности предложения;

170. Обычно избыток спроса:

- √ оказывает повышающее давление на цену;
- не стимулирует покупателей приобретать товар
- стимулирует покупателей приобретать товар;
- не оказывает никакого воздействия на цену;
- оказывает понижающее давление на цену;

171. Обычно избыток предложения:

- оказывает повышающее давление на цену;
- √ оказывает понижающее давление на цену;
- не стимулирует покупателей приобретать товар.
- стимулирует покупателей приобретать товар;
- не оказывает никакого воздействия на цену;

172. Если на рынке существует дефицит товара, то причиной этого является то, что:

- цена товара значительно превышает равновесную цену;
- цена товара равна равновесной цене.
- объем предложения превышает объем спроса;
- товар является низкокачественным
- ✓ цена товара значительно ниже равновесной цены;

173. Рыночная равновесная цена это -

- цена спроса;
- цена избыточного предложения.
- цена избыточного спроса;
- ✓ цена, при которой объем спроса равен объему предложения;
- цена предложения

174. Количественная теории полезности:

- кривые безразличия рассматриваются как линии уровня функции общей полезности $TU = F(X, Y)$;
- полезность каждой дополнительной единицы товара оценивается объемом другого товара, которым потребитель согласен пожертвовать;
- полезность выражена в кривой безразличия;
- все верно.
- ✓ полезность товаров оценивается в условных единицах;

175. Какое утверждение не относится к основным свойствам кривых безразличия –

- кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой безразличия, выражает более предпочтительные для данного потребителя наборы товаров;
- кривые безразличия никогда не пересекаются
- кривые безразличия имеют отрицательный наклон;
- кривые безразличия объединяют множество равнополезных, равноценных с точки зрения конкретного потребителя, наборов благ.
- ✓ кривые безразличия имеют положительный наклон.

176. Линия предельной полезности имеет:

- положительный наклон;
- ✓ отрицательный наклон;
- вид параболы;
- вид выпуклой вверх линии;

177. Линия общей полезности имеет:

- вид вогнутой вниз линии;
- положительный наклон;
- ✓ вид выпуклой вверх линии;
- вид параболы.
- отрицательный наклон;

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

- ✓ эффект замещения;
- эффект дохода;
- закон предложения;
- повышения качества и полезности товара.
- принцип убывающей предельной полезности;

179. Кривые безразличия – это кривые:

- равного количества двух товаров;
- равного уровня дохода потребителя;
- равенства цен двух товаров;
- равного уровня затрат производителя.
- ✓ равного уровня полезности наборов товаров;

180. Цена, обеспечивающая нулевой потребительский излишек, при определенном объеме блага всегда –

- больше его предельной полезности (MU);
- больше его средней полезности (AU);
- равна его предельной полезности (MU);
- меньше его средней полезности (AU).
- ✓ равна его средней полезности (AU);

181. Для товаров низшей категории эффект дохода и эффект замены:

- отрицательны;
- положительны;
- ✓ эффект дохода положительный, эффект замены отрицательный;
- эффект дохода отрицательный, эффект замены положительный

182. Предельный продукт MP – это:

- отношение совокупного выпуска к затратам труда;
- объем выпуска при различных объемах затрат труда;
- объем постоянных факторов;
- все верны.
- ✓ прибавка к выпуску, полученную за счет увеличения затрат труда на 1 единицу;

183. Предельная полезность характеризует:

- максимизацию суммарной полезности, которую потребитель извлекает при потреблении различных наборов благ;
- максимальную полезность, которую потребитель может извлечь из своего дохода;
- суммарную полезность некоторого количества единиц определенного блага;
- предел потребления конкретного блага исходя из принципа насыщения потребности.
- ✓ прирост общей полезности конкретного блага в результате увеличения его потребления на одну единицу;

184. По А. Маршаллу стоимость и цену блага определяют:

- издержки производства и обращения;
- ✓ издержки производства и потребительная стоимость - полезность потребляемых благ;
- предельные маргинальные полезности потребляемых благ;
- максимальная полезность, которую потребитель может извлечь из своего дохода.
- общая полезность от потребления благ;

185. План потребления индивидуум формирует ориентируясь:

- на уровень рыночных цен;
-) на уровень своих доходов;
- на свою покупательскую способность;
- ✓ все ответы верны.
- на личные вкусы и предпочтения;

186. Излишек потребителя – это:

- сумма денег, которую потребители платят за товар;
- разница между минимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и его рыночной ценой;
- сумма денег, которую производители получают за реализованный товар;
- повышенная доходность потребителя.
- ✓ разница между максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и его рыночной ценой;

187. Каким образом повышение цен на один из товаров товарного набора влияет на кривую бюджетного ограничения:

- смещается вверх параллельно первоначальному положению;
- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения;
- ✓ меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в большую сторону;
- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в меньшую сторону.
- смещается вниз параллельно первоначальному положению;

188. Каким образом снижение цен на один из товаров товарного набора влияет на кривую бюджетного ограничения:

- смещается вверх параллельно первоначальному положению;
- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения;
- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в большую сторону;
- ✓ меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в меньшую сторону.
- смещается вниз параллельно первоначальному положению;

189. Каким образом изменение цен влияет на кривую бюджетного ограничения:

- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в меньшую сторону.
- смещается вниз параллельно первоначальному положению;
- ✓ меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения;
- меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в большую сторону;
- смещается вверх параллельно первоначальному положению;

190. Условие оптимума потребителя это:

- точка касания кривых равного количества потребления и денежных расходов на потребление;
- соотношение, в котором потребитель согласен замещать один товар другим с целью предельной полезности;
- соотношение, в котором потребитель при данных ценах способен замещать один товар другим, равно соотношению, в котором потребитель согласен замещать один товар другим без изменения уровня своего удовлетворения;
- ✓ замещать один товар другим, равно соотношению, в котором потребитель согласен замещать один товар другим без изменения уровня своего удовлетворения;
- все верно.
- соотношение, в котором потребитель при изменениях цен на потребляемые товары способен замещать один товар другим;

191. Индивидуальная кривая Энгеля выражает:

- зависимость перенасыщения потребности в некотором благе от получаемой потребителем максимальной потребительской пользы;
- превышение общей полезности в денежном выражении некоторого количества данного блага над общими расходами на его покупку;
- превышение общей полезности в денежном выражении некоторого количества данного блага над его предельной полезностью;
- превышение уровня потребления конкретного блага над оптимальным уровнем потребления этого блага, приносящим ему максимальную пользу.
- ✓ зависимость объема потребления конкретного блага потребителем от величины его дохода при условии неизменности цен и предпочтений;

192. Смысл бюджетного ограничения сводится к следующему:

- в условиях неизменности номинальных доходов потребителей происходит переход потребительского спроса на другие виды услуг;

- убывание предельной нормы замены имеет в принципе тот же смысл, что и убывание предельной полезности в количественной теории;
 - каким количеством блага Y следует поступиться ради увеличения в наборе блага X на единицу при условии сохранения полезности набора на прежнем уровне;
 - все ответы верны.
- ✓ расходы потребителя на приобретение товаров X и Y не могут превышать его дохода;

193. Закон убывающей предельной полезности состоит в том, что:

- все блага имеют для покупателя равную полезность, и поэтому их можно расположить в порядке убывания этой полезности;
- ✓ полезность от потребления следующей порции блага всегда меньше, полезности предыдущей порции;
- убывание предельной полезности приводит к убыванию и общей полезности от потребления блага;
 - полезность от потребления следующей порции блага всегда больше, полезности предыдущей порции.
 - необходимо потреблять сначала самые полезные более предпочтительные для потребителя блага, а потом все остальные;

194. Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

- ✓ кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой, представляет собой более предпочтительный для потребителя набор товаров;
- кривые безразличия вогнуты к началу координат;
 - кривая безразличия, лежащая ниже и левее другой кривой, представляет собой более предпочтительный для потребителя набор товаров;
 - кривые безразличия всегда пересекаются.
 - кривые безразличия всегда имеют положительный наклон;

195. Кривые безразличия не обладают следующими свойствами:

- кривые безразличия никогда не пересекаются;
 - кривые безразличия имеют отрицательный наклон;
 - кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой безразличия, выражает более предпочтительные для данного потребителя наборы товаров;
 - кривые безразличия выпуклы к началу координат.
- ✓ кривая безразличия, лежащая выше и правее другой кривой безразличия, выражает менее предпочтительные для потребителя наборы товаров;

196. Аксиома независимости потребителя:

- осуществляет упорядочение (с точки зрения предпочтения или безразличия) уже не двух, а большего числа наборов благ ($A > B$ и $B > C \Rightarrow A > C$ или $A \sim B$ и $B \sim C \Rightarrow A \sim C$);
 - все ответы верны.
- исходит из того, что потребитель в результате сравнения одного набора благ с другим всегда может сказать, какой из них для него является предпочтительным или они оба равноценны ($A > B$, $A \sim B$);
- ✓ показывает, что степень удовлетворения потребителя зависит только от количества потребляемых им благ и не зависит от количества благ, потребляемых другими потребителями;
- показывает, что если два набора благ отличаются друг от друга лишь количеством единиц одного какого-то блага, то потребитель всегда предпочтет тот набор, в котором этого блага больше;

197. Аксиома ненасыщения:

- осуществляет упорядочение (с точки зрения предпочтения или безразличия) уже не двух, а большего числа наборов благ ($A > B$ и $B > C \Rightarrow A > C$ или $A \sim B$ и $B \sim C \Rightarrow A \sim C$);
- показывает, что степень удовлетворения потребителя зависит только от количества потребляемых им благ и не зависит от количества благ, потребляемых другими потребителями;
- исходит из того, что потребитель в результате сравнения одного набора благ с другим всегда может сказать, какой из них для него является предпочтительным или они оба равноценны ($A > B$, $A \sim B$);

- все ответы верны.
- ✓ показывает, что если два набора благ отличаются друг от друга лишь количеством единиц одного какого-то блага, то потребитель всегда предпочтет тот набор, в котором этого блага больше;

198. Аксиома транзитивности:

- исходит из того, что потребитель в результате сравнения одного набора благ с другим всегда может сказать, какой из них для него является предпочтительным или они оба равноценны ($A > B$, $A \sim B$);
- ✓ осуществляет упорядочение (с точки зрения предпочтения или безразличия) уже не двух, а большего числа наборов благ ($A > B$ и $B > C \Rightarrow A > C$ или $A \sim B$ и $B \sim C \Rightarrow A \sim C$);
- показывает, что если два набора благ отличаются друг от друга лишь количеством единиц одного какого-то блага, то потребитель всегда предпочтет тот набор, в котором этого блага больше;
- все ответы верны.
- показывает, что степень удовлетворения потребителя зависит только от количества потребляемых им благ и не зависит от количества благ, потребляемых другими потребителями;

199. Аксиома полной упорядоченности:

- осуществляет упорядочение (с точки зрения предпочтения или безразличия) уже не двух, а большего числа наборов благ ($A > B$ и $B > C \Rightarrow A > C$ или $A \sim B$ и $B \sim C \Rightarrow A \sim C$);
- показывает, что степень удовлетворения потребителя зависит только от количества потребляемых им благ и не зависит от количества благ, потребляемых другими потребителями;
- ✓ исходит из того, что потребитель в результате сравнения одного набора благ с другим всегда может сказать, какой из них для него является предпочтительным или они оба равноценны ($A > B$, $A \sim B$);
- все ответы верны.
- показывает, что если два набора благ отличаются друг от друга лишь количеством единиц одного какого-то блага, то потребитель всегда предпочтет тот набор, в котором этого блага больше;

200. Потребительский излишек это:

- перенасыщение потребности в некотором благе;
- ✓ превышение общей полезности в денежном выражении некоторого количества данного блага над общими расходами на его покупку;
- превышение общей полезности в денежном выражении некоторого количества данного блага над его предельной полезностью;
- превышение уровня потребления конкретного блага над оптимальным уровнем потребления этого блага, приносящим ему максимальную пользу.
- максимизация суммарной полезности, которую извлекает потребитель при потреблении различных благ;

201. Кривая безразличия:

- геометрическое место точек, в каждой из которых общая полезность (TU) соответствующего количества определенного блага (Q), приобретенного индивидуумом, совпадает с общими затратами на его покупку (TC);
- линия показывающая зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);
- ✓ объединяет множество равноценных с точки зрения конкретного потребителя наборов благ;
- все ответы верны.
- линия показывающая зависимость нулевого потребительского излишка от совокупной полезности конкретного блага;

202. Линия нулевого потребительского излишка – это:

- линия объединяющая множество равноценных с точки зрения конкретного потребителя наборов благ;
- линия показывающая зависимость нулевого потребительского излишка от совокупной полезности конкретного блага;

- линия показывающая зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);
 - все ответы верны.
- геометрическое место точек, в каждой из которых общая полезность (TU) соответствующего количества определенного блага (Q), приобретенного индивидуумом, совпадает с общими затратами на его покупку (TC);

203. Линия индивидуального спроса выражает:

- зависимость объема предложения определенного блага конкретному индивидууму от уровня его цены (P);
- зависимость нулевого потребительского излишка от совокупной полезности конкретного блага;
- ✓ зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);
- все ответы верны.
- зависимость общей полезности определенного блага от общих затрат на его покупку (TC);

204. Второй закон Госсена утверждает:

- чем больше полезность вещи, тем, как правило, выше ее цена;
- все устремления потребителя, в конечном счете, направлены на максимизацию суммарной полезности, которую он извлекает при потреблении различных благ, предусмотренных его планом потребления;
- ✓ потребитель при заданных ценах и доходе лишь тогда достигает максимума совокупной полезности, когда отношение предельной полезности к цене по каждому потребляемому им благу окажется одинаковым и в тоже время равным предельной полезности денег – дохода потребителя;
- свой план потребления потребитель формирует, ориентируясь на его вкусы и предпочтения, а также на свою покупательскую способность, на свой доход и уровни рыночных цен.
- в одном непрерывном акте потребления полезность последующей единицы потребляемого блага убывает; а при повторном акте потребления полезность каждой единицы блага уменьшается по сравнению с ее полезностью при первоначальном потреблении;

205. Первый закон Госсена утверждает:

- свой план потребления потребитель формирует, ориентируясь на его вкусы и предпочтения, а также на свою покупательскую способность, на свой доход и уровни рыночных цен;
- чем больше полезность вещи, тем как правило выше ее цена;
- потребитель при заданных ценах и доходе лишь тогда достигает максимума совокупной полезности, когда отношение предельной полезности к цене по каждому потребляемому им благу окажется одинаковым и в тоже время равным предельной полезности денег - дохода потребителя;
- все устремления потребителя, в конечном счете, направлены на максимизацию суммарной полезности, которую он извлекает при потреблении различных благ, предусмотренных его планом потребления.
- ✓ в одном непрерывном акте потребления полезность последующей единицы потребляемого блага убывает; а при повторном акте потребления полезность каждой единицы блага уменьшается по сравнению с ее полезностью при первоначальном потреблении;

206. Точка полного насыщения конкретной потребности:

- имеет нестабильное положение;
- зависит от покупательской способности потребителя;
- зависит от максимальной пользы, получаемой потребителем от потребления конкретного набора благ;
- зависит от предельной полезности потребляемых благ.
- ✓ обладает значительной стабильностью, остается неподвижной до тех пор, пока не изменятся вкусы и предпочтения потребителя;

207. Второй закон Госсена можно выразить следующим образом:

- $MU_a / MU_b = P_a / P_b = \lambda$;
- ✓ $MU_a / P_a = MU_b / P_b = \dots = MU_z / P_z = \lambda$;

- $MU_i = \Delta TU_i / \Delta Q_i$;
- $TU_i = \sum MU_{ij}$.
- $TU_i = f(Q_i + 1) - f(Q_i)$;

208. Совокупную полезность потребляемых благ можно определить следующим образом:

- просуммировав полезность некоторого количества единиц определенного блага;
- определив прирост общей полезности конкретного блага в результате увеличения его потребления на одну единицу;
- ✓ просуммировав общие полезности всех видов благ, потребляемых конкретным индивидуумом в единицу времени;
- все ответы верны.
- определив максимальную полезность, которую потребитель может извлечь из своего дохода;

209. Общая полезность характеризует:

- максимальную полезность, которую потребитель может извлечь из своего дохода;
- ✓ суммарную полезность некоторого количества единиц определенного блага;
- прирост полезности конкретного блага в результате увеличения его потребления на одну единицу;
- максимизацию суммарной полезности, которую потребитель извлекает при потреблении различных наборов благ;

210. Ординалистский подход к анализу полезности и спроса предполагает:

- максимизацию суммарной полезности, которую потребитель извлекает при потреблении различных наборов благ;
- максимизацию полезности, которую потребитель может извлечь из своего дохода;
- ✓ отбор благ на основе выявления предпочтений, отдаваемых индивидуумом конкретным наборам благ при сравнении их с другими наборами;
- количественную оценку уровня максимальной предельной полезности каждого из потребляемых потребителем благ.
- отбор благ на основе количественной оценки уровня максимальной полезности каждого из потребляемых потребителем благ;

211. Кардиналистский подход к анализу полезности и спроса предполагает:

- максимизацию полезности, которую потребитель может извлечь из своего дохода;
- ✓ отбор благ на основе количественной оценки уровня полезности каждого из потребляемых потребителем благ;
- отбор благ на основе выявления предпочтений, отдаваемых индивидуумом конкретным наборам благ при сравнении их с другими наборами;
- количественную оценку уровня максимальной предельной полезности каждого из потребляемых потребителем благ.
- максимизацию суммарной полезности, которую потребитель извлекает при потреблении различных наборов благ;

212. Все стремления индивидуума, в конечном счете, направлены на:

- учет его покупательской способности, личных вкусов и предпочтений;
- учет конъюнктуры рынка потребительских товаров;
- учет определенной связи между полезностью блага и его ценой;
- все ответы верны.
- ✓ максимизацию суммарной полезности, которую он извлекает при потреблении различных благ;

213. Важнейший принцип потребительского поведения и спроса потребителя:

- учет закономерностей формирования цен на рынке потребительских товаров;
- ✓ учет его покупательской способности, личных вкусов и предпочтений;
- учет конъюнктуры рынка потребительских товаров;
- учет определенной связи между полезностью блага и его ценой.
- учет влияния важнейших ценообразующих факторов на закономерности формирования национальных рынков;

214. Теория потребительского поведения и спроса изучает:

- закономерности развития рынка потребительских товаров;
- ✓ совокупность взаимосвязанных принципов и закономерностей формирования и реализации плана потребления различных благ потребителя;
- совокупность взаимосвязанных методик формирования потребительского поведения;
-) закономерности формирования плана потребления на рынке производственно- технической продукции.
- закономерности формирования спроса и предложения;

215. Стратегия «нейтрального ценообразования» означает:

- установление цен на уровне полных издержек производства;
- ✓ установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- установление цен с учетом полезности товара.
- установление цен с ориентацией на спрос в отрасли
- установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;

216. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- ✓ высокой эластичности спроса по цене;
- низкой эластичности спроса по цене;
- применима к начальному этапу жизненного цикла продукции;
- увеличении объема продаж;

217. Политика жизненного цикла товара предполагает учет в ценообразовании следующих факторов:

- изменение цен в зависимости от жизненного цикла товара;
- ✓ все верно.
- изменения издержек в результате расширения объёмов производства товара;
- изменение покупательского спроса в зависимости от новизны товара;
- учет времени нахождения товара на рынке;

218. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- ✓ высокой эластичности спроса по цене;
- установление цен на уровне издержек производителя;
- перекрестной эластичности спроса по цене;
- низкой эластичности спроса по цене;

219. Тактические аспекты ценовой политики:

- содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;
- все ответы верны
- направлены на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;
- направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы и на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг;
- ✓ включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера, направленные на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;

220. Стратегия ценообразования это –

- комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;
- все ответы верны.
- ✓ набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;

- общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;
- нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;

221. Под политикой цен понимаются:

- все ответы верны.
- набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;
- нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
- комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;
- ✓ общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;

222. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- стратегии следования за лидером;
- стратегии справедливого ценообразования;
- стратегии проникновения на рынок;
- стратегия ориентации на конкурента.
- ✓ стратегии премиального ценообразования;

223. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- стратегии проникновения на рынок;
- стратегии низких цен.
- стратегии справедливого ценообразования;
- стратегии следования за лидером;
- ✓ стратегии нейтрального ценообразования;

224. Стратегия «связанного ценообразования»:

- установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
- ✓ установление цен с ориентацией на цену потребления, равную сумме цены товара и расходов по его эксплуатации.
- установление цен с ориентацией на спрос в отрасли;
- установление цен на уровне полных издержек производства;

225. Ценовые стратегии являются:

- инструментом рекламной деятельности предприятия;
- регулятором рыночных отношений.
- частью производственной программы фирмы;
- ✓ частью общей стратегии развития предприятия и инструментом маркетинговой деятельности предприятия
- механизмом завоевания большей доли рынка;

226. Увеличить прибыль за счет установления максимально высоких цен возможно:

- в условиях совершенной конкуренции;
- при монополистической конкуренции.
- при эластичном спросе;
- ✓ при выпуске уникальной высококачественной продукции, не имеющей аналогов ни на внутреннем ни на внешнем рынке;
- на олигопольном рынке;

227. Процесс разработки ценовой стратегии включает:

- ✓ сбор исходной информации о рынке и стратегический анализ;
- дискриминацию и унифицирование цен;

- поиск методов оптимизации налогов;
- изучение нормативов ценообразования
- дифференциацию цен.

228. Этап жизненного цикла товара, на котором прибыль от продаж достигает максимального значения – это этап:

- внедрения на рынок;
 - насыщения рынка;
 - зрелости товара;
 - научных разработок.
- √ роста продаж;

229. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

- отпускных цен на продукцию производственного назначения
 - премиальных цен.
 - издержек обращения;
 - издержек производства;
- √ розничных цен на потребительские товары;

230. Стратегия «ценового прорыва» относится к стратегии ценообразования:

- дифференцированного;
 - все ответы верны
 - сегментированного;
 - ассортиментного;
- √ конкурентного;

231. Стратегия ценообразования «снятия сливок с рынка» применима при условии, что:

- высокая цена не привлекает новых конкурентов;
- √ все ответы верны
- товар не имеет аналогов ни на внутреннем, ни на мировом рынке;
 - покупатели готовы приобрести новый товар по более высокой цене;
 - товар является уникальной новинкой защищенной патентом;

232. Этапы разработки ценовой стратегии:

- √ все ответы верны.
- формирование самой стратегии;
 - сбор исходной информации;
 - стратегический анализ;
 - финансовый и сегментный анализ рынка, анализ конкуренции;

233. При определении цены на основе стратегии «следования за лидером» предусмотрена ориентация на:

- √ цены ведущей по данной продукции компании на рынке;
- цены конкурентов;
 - все ответы верны.
 - собственные издержки и качество товара;
 - спрос покупателей;

234. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- стратегии проникновения на рынок;
 - стратегии справедливого ценообразования;
 - стратегии следования за лидером;
- √ стратегии премиального ценообразования;

235. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- стратегии проникновения на рынок;
- стратегии льготного ценообразования;
- все ответы верны
- стратегии следования за лидером;
- ✓ стратегии нейтрального ценообразования;

236. Психологические аспекты ценообразования это:

- ценовая дискриминация;
- все ответы верны.
- снижение цен на товары, не пользующиеся спросом;
- ✓ установление неокругленных цен;
- установление высоких цен на престижные товары;

237. Ценовые стратегии являются –

- частью производственной программы фирмы;
- инструментом рекламной деятельности предприятия;
- механизмом завоевания большей доли рынка;
- ✓ частью общей стратегии развития предприятия и инструментом маркетинговой деятельности предприятия;
- регулятором рыночных отношений.

238. Тактические аспекты ценовой политики –

- содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;
- ✓ включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера, направленные на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;
- все ответы верны
- направлены на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;
- направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы и на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг;

239. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- стратегии проникновения на рынок;
- стратегии низких цен.
- стратегии справедливого ценообразования;
- стратегии следования за лидером;
- ✓ стратегии нейтрального ценообразования;

240. Стратегия связанного ценообразования:

- установление цен с ориентацией на спрос в отрасли;
- ✓ установление цен с ориентацией на цену потребления, равную сумме цены товара и расходов по его эксплуатации.
- установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
- установление цен на уровне полных издержек производства;

241. Стратегия «нейтрального ценообразования» означает:

- ✓ установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- установление цен с учетом полезности товара.
- установление цен с ориентацией на спрос в отрасли;
- установление цен на уровне полных издержек производства;
- установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;

242. Увеличить прибыль за счет установления максимально высоких цен возможно:
- в условиях совершенной конкуренции;
 - при монополистической конкуренции.
 - при эластичном спросе;
 - ✓ при выпуске уникальной высококачественной продукции, не имеющей аналогов ни на внутреннем ни на внешнем рынке;
 - на олигопольном рынке;
243. Стратегия ценообразования «снятия сливок с рынка» применима при условии, что:
- товар не имеет аналогов ни на внутреннем, ни на мировом рынке;
 - ✓ все ответы верны.
 - высокая цена не привлекает новых конкурентов;
 - товар является уникальной новинкой защищенной патентом;
 - покупатели готовы приобрести новый товар по более высокой цене;
244. Стратегия ценообразования это –
- все ответы верны.
 - ✓ набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;
 - нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
 - комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;
 - общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;
245. Под политикой цен понимаются:
- комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;
 - нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
 - ✓ общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;
 - набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;
 - все ответы верны.
246. Что не соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?
- конкуренция ослабевает;
 - падает спрос.
 - затраты растут;
 - ✓ производится модифицирование товара;
 - фирмы предпочитают не манипулировать ценами;
247. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:
- все верно.
 - затраты растут;
 - конкуренция отсутствует;
 - ✓ возможно применение стратегии и высоких цен, и средних, и низких цен;
 - потребители не чувствительны к изменению цены;
248. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:
- стратегии следования за лидером;
 - стратегии справедливого ценообразования;
 - стратегия ориентации на конкурента.
 - стратегии проникновения на рынок;
 - ✓ стратегии премиального ценообразования;
249. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- увеличении объема продаж;
- все не верно.
- применима к начальному этапу жизненного цикла продукции;
- низкой эластичности спроса по цене;
- ✓ высокой эластичности спроса по цене;

250. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

- все ответы неверны.
- ✓ высокой эластичности спроса по цене;
- низкой эластичности спроса по цене;
- перекрестной эластичности спроса по цене;
- установление цен на уровне издержек производителя;

251. Этап жизненного цикла товара, на котором прибыль от продаж достигает максимального значения – это этап:

- научных разработок.
- внедрения на рынок;
- ✓ роста продаж;
- зрелости товара;
- насыщения рынка;

252. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

- отпускных цен на продукцию производственного назначения;
- премиальных цен.
- издержек обращения;
- издержек производства;
- ✓ розничных цен на потребительские товары;

253. Стратегия «ценового прорыва» относится к стратегии ценообразования:

- дифференцированного;
- все ответы верны
- сегментированного;
- ассортиментного;
- ✓ конкурентного;

254. Процесс разработки ценовой стратегии включает:

- изучение нормативов ценообразования;
- дифференциацию цен.
- ✓ сбор исходной информации о рынке и стратегический анализ;
- дискриминацию и унифицирование цен;
- поиск методов оптимизации налогов;

255. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:

- дискриминация цен;
- рыночное ценообразование.
- сегментированное ценообразование;
- конкурентное ценообразование;
- ✓ дифференциация цен;

256. Этапы разработки ценовой стратегии:

- финансовый и сегментный анализ рынка, анализ конкуренции;
- ✓ все ответы верны.
- сбор исходной информации;
- стратегический анализ;
- формирование стратегии;

257. При определении цены на основе стратегии «следования за лидером» предусмотрена ориентация на:

- собственные издержки и качество товара;
- цены конкурентов;
- ✓ цены ведущей по данной продукции компании на рынке;
- спрос покупателей;
- все ответы верны.

258. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- стратегии проникновения на рынок;
- ✓ стратегии премиального ценообразования;
- все ответы неверны.
- стратегии справедливого ценообразования;
- стратегии следования за лидером;

259. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- стратегии льготного ценообразования;
- все ответы верны.
- стратегии проникновения на рынок;
- ✓ стратегии нейтрального ценообразования;
- стратегии следования за лидером;

260. Психологические аспекты ценообразования это:

- снижение цен на товары, не пользующиеся спросом;
- все ответы верны.
- ценовая дискриминация;
- установление высоких цен на престижные товары;
- ✓ установление неокругленных цен;

261. Дефляция – это:

- ✓ рост покупательной способности денег и снижение общего уровня цен;
- снижение покупательной способности денег, сопровождаемое ростом цен;
- превышение количества бумажных денег, находящихся в обращении, над суммой товарных цен;
- перераспределение национального дохода между странами, осуществляемое через механизм изменения цен;
- перераспределение национального дохода между сферами общественного воспроизводства, отраслями и регионами народного хозяйства.

262. Первый антимонопольный закон был принят в:

- Англии;
- ✓ США;
- Нидерландах.
- во Франции;
- Германии;

263. Какие мероприятия относятся к прямому вмешательству государства в процесс ценообразования:

- проведение политики доходов;
- таможенно- тарифное регулирование.
- налогово-бюджетное регулирование;
- регулирование финансово-кредитных ставок;
- √ установление верхнего и нижнего пределов цен и тарифов;

264. К прямым административным формам регулирования цен относятся:

- √ установление нижнего и верхнего пределов цен;
- финансово-кредитное регулирование.
- налоговое регулирование;
- таможенное регулирование;
- политика доходов;

265. Замораживание цен эффективно:

- √ в краткосрочном периоде;
- все ответы верны.
- во время высоких темпов инфляции;
- во время умеренной инфляции;
- в долгосрочном периоде;

266. Показателем монопольной власти является:

- индекс паритета
- индекс Доу-Джонсона.
- показатель Рингера;
- √ показатель Лернера;
- показатель Фишера;

267. Подпольная инфляция имеет место в случаях:

- √ все ответы верны.
- выражается неудовлетворенный спрос;
- рождается избыточная денежная масса в обороте;
- фирмы не увеличивают производство товаров и услуг;
- когда государство сдерживает рост цен;

268. Норматив потребления коммунальных услуг –

- это норма прибыли и рентабельности от капитала, используемого при оказании услуг электросвязи;
- это стоимости капитала оператора связи;
- это величины оборотных средств, необходимых для оказания услуг электросвязи;
- √ это месячный объем, среднемесячное количество потребления коммунальных ресурсов жителями многоквартирного дома при отсутствии приборов учета объемов потребления;
- все ответы верны.

269. На механизм формирования цен большое влияние оказывают:

- нормы установленные в налоговом кодексе;
- механизм формирования цен, применяемый во Всенародной Торговой Организации;
- √ все ответы верны.
- нормы, запрещающие участникам сделок заключать соглашения о применении монопольных цен;
- таможенные экспортные и импортные пошлины;

270. К административным формам регулирования цен относятся:

- установление пределов возможного изменения кредитных ставок;

- политика доходов.
- налоговое регулирование;
- таможенно-тарифное регулирование;
- ✓ установление фиксированных цен и тарифов;

271. Государственное регулирование цен необходимо:

- ✓ для стабилизации экономического развития;
- для защиты интересов олигополистов.
- для реализации денежно-кредитной политики государства;
- для решения задач социальной политики государства;
- для регулирования внешнеэкономических связей;

272. Антимонопольное законодательство представляет собой:

- совокупность правовых мер, законов, призванных защитить и усилить конкуренцию;
- ✓ все ответы верны.
- совокупность правовых мер, законов, призванных препятствовать агрессивной монополистической политике в отношении производителей-конкурентов и потребителей;
- совокупность правовых мер, законов, призванных препятствовать слиянию фирм и их поглощению, носящим монополичный характер;
- совокупность правовых мер, законов, призванных снизить возможности долгосрочного извлечения экономической прибыли;

273. Индекс паритета равен:

- разности цены на продукцию фермеров и цен на товары, приобретаемые фермерами;
- все ответы верны.
- произведению цены на продукцию фермеров и цен на товары, приобретаемые фермерами;
- ✓ отношению цены на продукцию фермеров к ценам на товары, приобретаемые фермерами;
- сумме цен на продукцию фермеров и цен на товары, приобретаемые фермерами;

274. Саморегулирование означает:

- фирмы в данном случае берут на себя соблюдение и выполнение государственных функций и рыночных, обеспечивая удовлетворение спроса населения;
- ✓ все ответы верны.
- отказ от прямого вмешательства государственных органов в экономику и передача государственных функций в управлении рыночными процессами непосредственно фирмам;
- что участники товарно-денежных отношений должны строить их в соответствии с принятыми законами, действующими в стране и на мировом рынке;
- ответственность за соблюдение всех норм права, технических, потребительских и экономических условий несут непосредственно фирмы;

275. Нормативы потребления коммунальных услуг:

- рассчитываются в соответствии с Налоговым Кодексом;
- утверждаются государственными органами управления, на которые возложены функции организации и контроля за предоставлением коммунальных услуг;
- рассчитываются в соответствии с Гражданским Кодексом Республики;
- все ответы верны.
- ✓ утверждаются уполномоченными органами местного самоуправления, на которые возложены функции организации и контроля за предоставлением коммунальных услуг;

276. При определении норматива потребления коммунальных услуг учитываются:

- нормы прибыли и рентабельности от капитала, используемого при оказании услуг электросвязи;
- механизм формирования цен, применяемый во Всенародной Торговой Организации.
- ✓ конструктивные и технологические параметры многоквартирного дома, влияющие на количество потребляемых ресурсов, степень благоустройства;
- расходы на разработку отраслевых стандартов, регламентов и документов;
- величины оборотных средств, необходимых для оказания услуг электросвязи;

277. Согласно методике о государственном регулировании цен на услуги связи:

- объем государственных закупок для удовлетворения внутренних нужд проводится по ценам, устанавливаемым в контрактных соглашениях с учетом динамики рыночных цен;
- ✓ расчет производится на основе экономически обоснованных затрат на услуги связи;
- все ответы верны.
- рассчитывают расходы на разработку отраслевых стандартов, регламентов и документов;
- при дифференциации цен по регионам отношение к интервенционным закупкам разное;

278. Государственное регулирование цен в странах с рыночной экономикой является:

- мерой контроля;
- фиксацией цен.
- инструментом обеспечения такого соотношения монополии и конкуренции, которое не приводит к разрушительным последствиям в экономике;
- ✓ попыткой государства с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию системы в целом;
- мерой защиты интересов монополий;

279. Государственное регулирование цен является:

- попыткой государства с помощью законодательных мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию системы в целом;
- ✓ все ответы верны.
- попыткой государства через цены нивелировать циклические колебания процесса экономического воспроизводства;
- попыткой государства с помощью бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию системы в целом;
- попыткой государства с помощью административных мероприятий воздействовать на цены таким образом, чтобы способствовать стабильному развитию системы в целом;

280. Предельные цены с целью регулирования монопольного рынка определяются:

- на уровне цены, обеспечивающей равенство предельного дохода и предельных издержек;
- ✓ на уровне ценового коридора, между монопольной ценой и ценой конкурентного рынка;
- на уровне цены, обеспечивающей наибольший разрыв между средними минимальными издержками и предельными издержками;
- на уровне цены, обеспечивающей наибольший разрыв между ценой и средними минимальными издержками;
- на уровне цены, обеспечивающей равенство средних общих издержек и предельных издержек;

281. Может ли фирма – монополист получать прибыль в долгосрочном периоде:

- нет, поскольку в долгосрочном периоде средние издержки обязательно уравниваются с ценой товара;
- нет, так как в долгосрочном периоде фирма – монополист не может обеспечить равенства $MR = MC$;
- может, ибо в долгосрочном периоде фирма – монополист всегда может найти объем производства, при котором $MR > MC$;
- ✓ может, ибо в долгосрочном периоде фирма – монополист всегда может найти объем производства, при котором $MR = MC \neq P$.
- может в том случае, если ей удастся предотвратить вхождение в отрасль иных фирм;

282. Ценовая дискриминация третьей степени это:

- когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;
- установление различных уровней цен в зависимости от объема потребления;
- установление различных уровней цен в зависимости от сезонности производства и времени суток;
- ✓ дискриминация на сегментированных рынках.
- когда монополия продает по разным ценам определенные партии товара в соответствии с одной и той же кривой спроса;

283. Ценовая дискриминация второй степени это:

- дискриминация на сегментированных рынках;
- установление различных уровней цен в зависимости от дохода покупателя;
- ✓ когда монополия продает по разным ценам определенные партии товара в соответствии с одной и той же кривой спроса;
- установление различных уровней цен в зависимости от объема потребления.
- когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;

- 284.** Совершенная ценовая дискриминация это:
- когда монополия продает по разным ценам определенные партии товара в соответствии с одной и той же кривой спроса;
 - дискриминация на сегментированных рынках;
 - установление различных уровней цен в зависимости от дохода покупателя;
 - установление различных уровней цен в зависимости от сезонности производства и времени суток.
 - ✓ когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;
- 285.** Кривая предложения отрасли в условиях совершенной конкуренции в коротком периоде:
- обычно более эластична, чем долгосрочная кривая предложения;
 - кривая долгосрочного предложения для отрасли с постоянными издержками является горизонтальной линией при цене равной долгосрочным минимальным средним издержкам производства;
 - долгосрочная кривая предложения отрасли с растущими издержками имеет положительный наклон;
 - в отрасли со снижающимися издержками кривая долгосрочного совокупного предложения имеет отрицательный наклон.
 - ✓ может быть получена простым суммированием кривых предложения отдельных фирм в отрасли при каждой возможной цене;
- 286.** Какое из нижеследующих утверждений неверно:
- ✓ кривая предложения фирмы в длительном периоде обычно менее эластична, чем краткосрочная кривая предложения;
 - долгосрочная кривая предложения отрасли с растущими издержками имеет положительный наклон;
 - в отрасли со снижающимися издержками кривая долгосрочного совокупного предложения имеет отрицательный наклон;
 - предельное условие выбора оптимального объема производства в длительном периоде включает долгосрочные, а не краткосрочные предельные издержки.
 - кривая долгосрочного предложения для отрасли с постоянными издержками является горизонтальной линией при цене равной долгосрочным минимальным средним издержкам производства;
- 287.** В условиях совершенной конкуренции конкурентное равновесие в долгосрочном периоде – это:
- когда кривая предложения фирмы совпадает с ее кривой предельных издержек, лежащей выше точки минимума средних переменных издержек;
 - когда выручка всех фирм отрасли будет равна альтернативным затратам;
 - когда оптимальный объем производства отдельной фирмы сократится;
 - когда равновесный выпуск отрасли возрастет.
 - ✓ объем выпуска и цена, которые позволяют фирмам в отрасли получать нулевую экономическую прибыль;
- 288.** Предельная выручка определяется как:
- TR / Q
 - $\Delta TC / \Delta Q$
 - $\Delta MR / \Delta Q$
 - ✓ $\Delta TR / \Delta Q$
 - $\Delta AR / \Delta Q$
- 289.** Монополист несет убытки в том случае, если у него:
- $MC < AC$;
 - ✓ $P < AC$;
 - $MC < MR$;
 - $P > AVC$.
 - $MC < P$;
- 290.** В условиях монополии:
- $MR = P$;
 - $MC = P$;
 - ✓ $MR = MC \neq P$;
 - $MC > MR$.
 - $MR < P$;

291. Типичная фирма в совершенно конкурентной отрасли:

- продает уникальный по сравнению с другими фирмами продукт;
- ✓ рассматривает рыночную цену продукта как данную;
- в некоторой мере может контролировать вхождение новых фирм в отрасль;
- может продать больше продукта в том случае, если снизит цену;
- дифференцирует продукцию.

292. Условиями реализации дискриминации третьей степени являются:

- $MR_1 = MR_2 = MQ_t$
- $MR_1 < MR_2$
- ✓ $MR_1 = MR_2 = MR_t = MC$
- $MR_1 + MR_2 = MR_t = MC$
- $MR_1 > MR_2$

293. В условиях конкурентного рынка выполняется равенство:

- $MR > MC$
- $MR = MC$
- $MR < MC$
- $AC > MC$.
- ✓ $P = AR = MR = MC$

294. Положительный эффект масштаба обеспечивается:

- когда объем и издержки производства увеличивается в одинаковой последовательности;
- когда объем производства увеличивается в 2 раза, а издержки производства увеличиваются более чем в 2 раза;
- когда объем производства увеличивается в 2 раза, а издержки производства не увеличиваются;
- все верно.
- ✓ когда объем производства увеличивается в 2 раза, а издержки производства увеличиваются менее чем в 2 раза;

295. На рынке совершенной конкуренции при известных спросе и предложении в точке равновесия объем продаж:

- минимальный;
- может быть увеличен при установлении цены выше равновесной;
- ✓ максимальный;
- равновесный.
- может быть увеличен при установлении цены ниже равновесной;

296. Оптимальные объем производства и цена монополиста определяются равенством:

- $VC = MC$;
- ✓ $MC = MR \neq P$;
- $TC = TR$;
- $AVC = TR$.
- $MC = AR$;

297. Показатель монопольной власти Лернера:

- $L = (P + MC) \times P$;
- $L = (P - MC)$.
- $L = (P + MC)$;
- $L = (P - MC) / MC$;
- ✓ $L = (P - MC) / P$;

298. Для монополиста:

- $MR = P = MC$;
- $MR = P$;

- ✓ $MR < P$;
- $MC = P$;
- $MR > P$.

299. Кривая спроса на продукцию монополиста:

- ✓ имеет отрицательный наклон;
- имеет положительный наклон;
- совершенно неэластична.
- является горизонтальной линией;
- является вертикальной линией;

300. Что из нижеперечисленных не является условием совершенной конкуренции:

- свобода входа на рынок;
- все верно.
- свобода выхода с рынка;
- большое число продавцов и покупателей;
- ✓ дискриминация цен;

301. Линия спроса на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции:

- параллельна оси ординат;
- вертикальная прямая.
- имеет отрицательный наклон;
- имеет положительный наклон;
- ✓ параллельна оси абсцисс;

302. Кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции совпадает с:

- кривыми предельной и средней выручки;
- кривой переменных затрат.
- ✓ кривой предельных затрат;
- кривой общей выручки;
- кривой общих затрат;

303. Для монополиста с линейной кривой спроса при повышении общей выручки величина предельной выручки:

- положительная и возрастает;
- ✓ положительная, но приближается к нулю.
- отрицательная, но приближается к нулю;
- равна нулю;
- положительная, но сокращается;

304. Естественная монополия характеризуется тем, что:

- с ростом объема производства постоянные издержки в длительном периоде увеличиваются;
- она возникает стихийно, а о создании искусственной договариваются конкретные фирмы;
- с ростом объемов производства предельные затраты в коротком периоде равны общим;
- ✓ с ростом объема производства средние затраты в длительном периоде снижаются на широком диапазоне изменения объемов выпуска продукции;
- все верно.

305. Кривая спроса фирмы – монополиста:

- пересекает ось абсцисс, когда фирма производит максимизирующий прибыль объем Q ;
- более эластична, чем кривая спроса фирмы в условиях совершенной конкуренции;
- ✓ лежит всегда выше кривой MR ;

- горизонтальна на участке, где величины MR положительны;
- все верно.

306. Какие из приведенных условий присущи фирме – монополисту:

- фирма выпускает товар, не имеющий заменителей;
- фирма сама устанавливает цену на продаваемый товар;
- √ все ответы верны.
- в отрасли отсутствует свобода входа иных фирм;
- выпуск товара фирмой монополистом равен объему выпуска всей отрасли;

307. Кривая предложения фирмы в коротком периоде в условиях совершенной конкуренции:

- совпадает с участком кривой MC, лежащим выше кривой AVC;
- все верно.
- совпадает с участком кривой AVC, лежащим выше кривой MC;
- выводится из рыночной кривой предложения;
- √ совпадает с участком кривой MC, лежащим ниже кривой AVC;

308. В условиях совершенной дискриминации цен выполняется следующее условие:

- предельный доход равен предельным издержкам ($MR=MC$);
- все верно.
- совокупная прибыль равна площади между кривыми предельного дохода и предельных издержек;
- совершенно неэластичный спрос;
- √ потребительский излишек полностью изымается монополистом;

309. Монополист, как правило, производит:

- меньше, чем при совершенной конкуренции;
- √ производит продукцию меньше, чем при совершенной конкуренции, но по более высоким ценам.
- продукцию, цена которой равна средним издержкам;
- продукцию по цене выше средних и предельных издержек;
- продукцию по цене выше, чем при совершенной конкуренции;

310. Для осуществления ценовой дискриминации необходимо выполнение условий:

- √ фирма обладает некоторой монопольной властью, покупатели и продавцы легко идентифицируемы, товар или услуга не может перепродаваться покупателями;
- товар дифференцирован.
- фирма обладает некоторой монопольной властью;
- покупатели и продавцы легко идентифицируемы;
- товар или услуга не может перепродаваться покупателями;

311. Монопсония – это:

- рыночная структура с несколькими покупателями;
- рыночная структура, в которой производитель обладает монопольной властью.
- монополия на стороне предложения;
- √ монополия на стороне спроса;
- рыночная структура, в которой единственному продавцу противостоит единственный покупатель;

312. Кривая спроса для фирмы в условиях совершенной конкуренции совпадает с:

- кривой общих затрат;
- кривой предельных затрат;
- √ кривой предельного и среднего дохода;
- кривой средних издержек.
- кривой общего дохода;

313. Условия максимизации прибыли в условиях совершенной конкуренции это равенство:

- $TR = MR$;
- $ATC = TR = AR$.
- $MR = AR = AC$;
- $P = AR = MR$;
- ✓ $MR = MC = P$;

314. Типичная фирма в совершенно конкурентной отрасли:

- ✓ рассматривает рыночную цену продукта как данную;
- в некоторой мере может контролировать вхождение новых фирм в отрасль;
- продает дифференцированный продукт.
- продает уникальный по сравнению с другими фирмами продукт;
- может продать больше продукта в том случае, если снизит цену;

315. В условиях совершенной конкуренции фирме надо прекращать производство если:

- цена товара будет выше минимума AVC ;
- критический объем производства равен критическим затратам.
- цена товара будет на уровне AVC ;
- ✓ цена товара упадет ниже минимума AVC ;
- предельные издержки производства равны предельному доходу;

316. Оптимум предприятия в условиях совершенной конкуренции достигается при условии:

- равенства средних затрат и рыночных цен;
- равенства объема спроса и объема предложения.
- равенства критического объема производства критическим затратам;
- равенства совокупных валовых затрат сумме постоянных и переменных затрат;
- ✓ равенства предельных издержек предельному доходу;

317. Кривая спроса на продукцию монополиста:

- является вертикальной линией;
- с единичной эластичностью спроса.
- ✓ имеет отрицательный наклон;
- имеет положительный наклон;
- является горизонтальной линией;

318. Целью ценовой дискриминации является:

- снижения уровня благосостояния потребителей;
- реализация товара по цене спроса.
- установление максимальной цены для каждого покупателя;
- уменьшение количества покупателей;
- ✓ максимизация объема продаж;

319. Весь потребительский излишек присваивает фирма - монополист, которая:

- ✓ осуществляет совершенную ценовую дискриминацию;
- все верно.
- является естественным монополистом;
- осуществляет дискриминацию по категории товара;
- осуществляет дискриминацию по объему продаж;

320. Пересечение кривых реагирования двух конкурирующих фирм в модели Курно означает:

- изменению рыночного спроса;
- отсутствие реакции другого олигополиста.

- ✓ Пересечение кривых реагирования двух конкурирующих фирм в модели Курно означает:
- изменение цен олигополистов;
- изменение объемов производства олигополистов;

321. Условия реализации лидерства в установлении цен в условиях олигополии:

- прочие фирмы принимают цену как заданную;
- рыночная цена равна цене лидера;
- ✓ все ответы верны.
- фирма лидер производит товар, позволяющий ей максимизировать прибыль;
- лидер устанавливает цену на уровне предельного дохода;

322. Олигопсония – это:

- рыночная структура, в которой единственному продавцу противостоит единственный покупатель;
- рыночная структура в которой два продавца.
- олигополия на стороне спроса;
- олигополия на стороне предложения;
- ✓ рыночная структура с несколькими покупателями;

323. Оптимальный выпуск и цена монополиста определяется:

- равенством средних и предельных издержек;
- максимальной экономической прибылью.
- ✓ равенством предельных издержек и предельного дохода монополиста, при условии неравенства последнего цене продукта;
- пересечением кривых долгосрочных предельных издержек и предельного дохода;
- пересечением кривых среднего и предельного дохода;

324. Что отличает естественную монополию от других типов рынка:

- рост отдачи от масштаба производства;
- ✓ все ответы верны.
- меры по предотвращению сосредоточения производства какой-либо продукции или услуг на одном предприятии экономически нецелесообразны;
- принудительное рассредоточение производства на нескольких предприятиях приводит к росту суммарных затрат на выпуск продукции;
- снижение средних затрат длинного периода вплоть до полного насыщения отраслевого спроса;

325. Какое из приведенных высказываний является неправильным:

- монополист назначает цену, обеспечивающую ей максимальную монопольную прибыль;
- для монополиста предельный доход всегда ниже цены.
- ✓ для монополиста всегда предельный доход выше цены;
- монополист всегда назначает цену выше величины предельных издержек;
- фирмы, обладающие властью над рынком, часто прибегают к практике ценовой дискриминации;

326. Ценовая дискриминация второй степени имеет место в том случае, когда:

- все верно.
- существует ценовая дискриминация на сегментированных рынках;
- на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса и весь излишек покупателя изымается монополистом;
- ✓ на каждую определенную партию однородного товара устанавливается своя цена в соответствии с одной и той же кривой спроса;
- на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене ее предложения;

327. Совершенная ценовая дискриминация имеет место в том случае, когда:

- на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене ее предложения;
- существует ценовая дискриминация на сегментированных рынках;

- ✓ на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса и весь излишек покупателя изымается монополистом;
- на каждую партию однородного товара устанавливается своя цена в соответствии с одной и той же кривой спроса;
- все верно.

328. При равновесии Курно:

- каждая фирма правильно угадывает поведение конкурента;
- каждая фирма принимает самое оптимальное для себя решение по поводу объема производства;
- ✓ все ответы верны.
- ни у одного дуополиста нет стимула менять свой объем производства;
- каждый дуополист устанавливает объем производства, который максимизирует его прибыль при данном объеме производства своего конкурента;

329. Модель Курно исходит из того, что:

- продавцы не могут иметь точной информации о своих ошибках относительно выбранных объемов производства;
- ✓ все ответы верны.
- обе фирмы производят однородный товар и принимают решения о производстве одновременно, самостоятельно и независимо друг от друга;
- фирмам известна кривая рыночного спроса;
- каждая из фирм предполагает выпуск конкурента постоянным;

330. Картель – это:

- рыночная структура, при которой большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами;
- все ответы верны.
- рыночная структура, в которой хозяйствуют десятки фирм, тайный сговор между которыми практически невозможен;
- рыночная структура, в которой единственному продавцу противостоит единственный покупатель;
- ✓ группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска продукции и цен;

331. Долгосрочное равновесие фирмы при монополистической конкуренции достигается при условии когда:

- $P > LAC \min$;
- ✓ $P = MC = LAC \min$.
- $MC > LAC \min$;
- $P < LAC \min$;
- $MR = MC$;

332. Краткосрочное равновесие фирмы при монополистической конкуренции достигается при условии когда:

- $P = AC$;
- ✓ $P > AC$; $MR = MC$.
- $MC > AC$;
- $MR \neq MC$;
- $P < AC$;

333. Что из нижеследующего верно:

- при одинаковых спросе и издержках выпуск монополиста и его цена ниже, чем в конкурентной отрасли
- все верно.
- по сравнению с конкурентной отраслью при долгосрочном равновесии монополист использует ресурсы более эффективно, производя больше продукции;
- при одинаковых спросе и издержках выпуск монополиста и его цена выше, чем в конкурентной отрасли;
- ✓ при одинаковом спросе и издержках конкурентная отрасль в условиях долгосрочного равновесия производит больше продукции по более низкой цене, чем монополист;

334. Ценовая дискриминация третьей степени имеет место в том случае, когда:

- на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса и весь излишек покупателя изымается монополистом;

- √ существует ценовая дискриминация на сегментированных рынках;
- на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене ее предложения;
- все верно.
- на каждую партию однородного товара устанавливается своя цена в соответствии с одной и той же кривой спроса;

335. Почему максимально достижимый объем продаж не всегда может быть для фирмы выгодным:

- √ потому что это может привести к превышению маржинальных издержек над ценой;
- потому что это может привести к повышению предельных издержек.
- потому что это может потребовать обращения за кредитами и роста в силу этого цены капитала фирмы;
- потому что это может привести к прекращению снижения средних издержек;
- потому что это может вызвать усиление контроля над ее деятельностью со стороны антимонопольных органов;

336. Ломанная кривая спроса в условиях олигополии показывает, что:

- спрос выше установленной цены эластичен, ниже этой цены – не эластичен;
- предельные затраты в точке перегиба кривой спроса имеют значительный разрыв;
- общая выручка повысится, если спрос неэластичен.
- кривая предельной выручки в точке перегиба совпадает с кривой спроса;
- √ конкуренты не последуют за любым повышением цен со стороны отдельных фирм, но в то же время они последуют за снижением их цен;

337. Причины ломанной кривой спроса на продукцию олигополиста:

- отдельные фирмы считают, что соперники не последуют за любым приростом их цены;
- √ все ответы верны.
- излом в линии спроса означает разрыв в линии предельного дохода при сложившемся объеме производства;
- наклон линии спроса определяется не только предпочтениями потребителей, но и реакцией других олигополистов;
- фирмы полагают, что соперники последуют за снижением их цен;

338. Поведение олигополии определяется:

- заинтересованностью фирм в максимизации совокупной прибыли отрасли посредством сговора и совместных действий фирм;
- √ все ответы верны.
- заинтересованностью каждого продавца в максимизации своих собственных прибылей, даже если в результате этого уменьшится общая величина прибыли отрасли;
- тем, что каждой фирме приходится выработать решения не только относительно того, как будут реагировать покупатели на ее действия, но также и относительно того, как на это откликнуться другие фирмы в отрасли;
- тем, что входящие в нее фирмы обладают монопольной властью;

339. От чего зависит масштаб уценки:

- От широты или узости диапазона колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд;
- от времени действия цен;
- от уровня престижности товара;
- √ от типа товаров;
- все верно.

340. Потребительские услуги делятся на:

- жилищно-коммунальные;
- √ производственные и социальные;
- страховые услуги.
- услуги транспорта и связи;
- бытовые услуги и услуги общественного питания;

341. Круг участников рынка продукции производственно-технического назначения:

- государственные организации;
- √ все ответы верны.

- дилерские фирмы;
- фирмы изготовители;
- посредники по маркетингу;

342. В зависимости от чего классифицируются все потребительские услуги:

- объекта приложения труда;
- ✓ от меры внерыночного регулирования;
- все ответы неверны.
- экономической значимости;
- от времени действия;

343. От чего зависит масштаб уценки:

- от широты или узости диапазона колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд;
- от уровня престижности товара;
- от времени действия цен;
- ✓ от типа товаров;
- все ответы верны

344. Масштаб уценки:

- задается обычно в натуральных единицах исчисления;
- ✓ задается обычно в процентах к исходной цене;
- все ответы верны.
- равняется величине торговой надбавки;
- определяется как разность между розничной и оптовой ценой;

345. Классификация товаров производственно-технического назначения такова:

- товары престижного спроса.
- ✓ товары однократного и многократного приобретения;
- товары длительного пользования;
- товары повседневного спроса;
- потребительские услуги;

346. В ценообразовании на услуги необходимо учитывать:

- ✓ все верно.
- расходование времени на организацию получения услуги;
- сенсорные затраты клиента;
- нервно-психические затраты клиента;
- физические условия доставки товара для оказания услуг ремонта;

347. Тарифы каких услуг регулируются, как правило, государством:

- все верно.
- услуги, тарифы на которые реализуются различного рода объединениями или соглашениями;
- ✓ тарифы услуг, оказываемых компаниями естественных монополий;
- тарифы услуги которых входят в состав потребительской корзины;
- услуги, тарифы на которые формируются полностью рыночными условиями реализации сервисной деятельности;

348. Под особенностями фирмы понимается:

- ✓ присущая ей организация послепродажного обслуживания клиентов и сформированный ею на рынке имидж своей торговой марки;
- объем ее производственных мощностей;
- уровень ее экспортно-импортных операций.
- ее финансовая состоятельность и конкурентоспособность ее продукции;

- сформированная ею доля на рынке;

349. Под особенностями товаров производственно-технического назначения имеется в виду:

- учет субъективных требований;
 - учет потребительских ожиданий;
 - социальная ценность для покупателей;
 - высокий потребительский эффект.
- ✓ экономическая ценность для покупателей;

350. Подготовка тендерной заявки включает следующие этапы:

- ✓ качественный анализ условий торгов и экономическое обоснование заявки на участие;
- экономическое обоснование заявки на участие;
 - анализ финансовой состоятельности конкурентов;
 - количественный анализ условий торгов;
 - все ответы верны.

351. Факторы, влияющие на продажи продукции производственно-технического назначения:

- все ответы верны.
 - инфляция, жесткая конкуренция и слабый спрос на рынке;
 - высокая эластичность спроса по доходу;
- ✓ особенности товаров, особенности фирмы, особенности дилера;
- низкая эластичность спроса по цене;

352. Степень влиятельности покупателя определяется:

- все ответы верны.
- ✓ мерой способности покупателя в процессе переговоров навязывать продавцу выгодные для себя условия сделки;
- жесткими требованиями покупателя к потребительским параметрам товаров;
 - мерой способности продавца в процессе переговоров навязывать потребителю выгодные для себя условия сделки;
 - степенью благосостояния покупателя;

353. Рынок продукции производственно-технического назначения отличается:

- характером продаваемых товаров;
 - степенью конкуренции
- ✓ характером продаваемых товаров и кругом участников рынка.
- кругом участников рынка;
 - эластичностью спроса по цене;

354. Виды дифференциаций тарифов на потребительские услуги –

- территориальная;
 - по группам потребителей;
 - по типам учреждений;
- ✓ все ответы верны.
- временная;

355. В процессе ценообразования на потребительские услуги учитываются:

- мера их вне рыночного регулирования
 - местонахождение потребителей услуг;
 - затраты, связанные с потреблением услуги;
 - затраты, связанные с оказанием услуги;
- ✓ все ответы верны.

356. Недостатками унифицированного ценообразования являются:

- упрощается работа торгового персонала;
- все варианты верны.
- управление продажами становится более легким;
- √ лишает фирму возможности проводить политику ценовой дискриминации;
- экономит расходы потребителя;

357. Что относится к «нормальным» товарам:

- товары, объемы продаж и цены которых зависят от желанности для потребителей;
- все ответы верны
- √ товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей;
- товары, при увеличении цен которых увеличиваются объемы их покупок;
- товары, величина спроса на которые снижается при повышении доходов покупателей;

358. Унифицированное ценообразование это:

- метод расчета индекса цен;
- метод установления цен на потребительские товары,
- √ предполагающий реализацию товара всем потребителям по одной и той же цене;
- установление цен на стандартизированную продукцию.
- метод установления цен на производственно-техническую продукцию;
- принцип ценностного ценообразования;

359. Преимущества дифференцированного ценообразования:

- дает возможность точнее строить коммерческую политику на будущее;
- позволяет фирме максимизировать массу прибыли;
- позволяет определить истинную экономическую ценность товара для потребителей;
- позволяет максимизировать число проданных единиц товара;
- √ все ответы верны.

360. Дифференцированное ценообразование это:

- √ метод ценообразования на потребительские товары, основанный на дискриминации цен;
- метод установления цен на производственно-техническую продукцию.
- метод регулирования цен;
- метод установления цен на потребительские услуги;
- установление единых цен на потребительские товары;

361. Ценовая дискриминация покупателей выражается:

- в ценовой эластичности по доходам потребителей;
- √ в различной индивидуальной эластичности спроса по цене;
- в различной эластичности спроса по доходам потребителей;
- в различной перекрестной эластичности;
- все ответы неверны.

362. Движущими мотивами приобретения товаров народного потребления являются:

- все ответы верны.
- предоставление сервисных услуг, мечта и предпочтения, полезность в потреблении;
- √ необходимость, потребность, мечта;
- полезность, дополнительные услуги по сервису, мода;
- длительность пользования, необходимость, полезность;

363. Закономерность формирования спроса на престижные товары следующая:

- √ при снижении цен товаров объемы продаж сначала растут, а затем снижаются;
- все ответы верны.

- при повышении цен товаров объемы продаж непрерывно растут;
- при снижении цен товаров объемы продаж непрерывно растут;
- объемы продаж зависят от изменения рыночных равновесных цен;

364. Товары низшей категории это:

- товары, спрос на которые определяется уровнем цен;
- товары, спрос и предложение на которые зависит от издержек производства.
- ✓ товары, спрос на которые снижается с ростом доходов потребителей;
- товары, спрос на которые зависит от их качества;
- товары, спрос на которые растет с ростом доходов потребителя;

365. Особенности рынка продукции производственно-технического назначения обусловлены:

- длительность использования товаров;
- полезность продукции для покупателя обычно можно четко оценить количественно на основе параметров, фиксируемых в технической документации и поддающихся однозначной проверке;
- производным спросом на рынках товаров, для изготовления которых используется производственно-техническая продукция;
- ✓ всеми перечисленными обстоятельствами.
- основное внимание уделяется послепродажным суммарным затратам;

366. Коммерческая политика при продаже потребительских товаров:

- необходимость ускорения продажи товаров сезонного спроса;
- ✓ все верно.
- формирование оптимальной торговой стратегии;
- проведение политики «широкого ассортимента»;
- необходимость страхования от ошибок в оценке спроса, времени и месте предложения товара к продаже, ассортименте в разрезе стилей, размеров, цветов и т.д.;
- необходимость компенсации ошибок в формировании товарного ассортимента;

367. Что относится к недостаткам дифференцированного ценообразования:

- частичную потерю руководством фирмы контроля над уровнями своих цен в силу того, что процесс «уторговывания» передается в руки продавцов и дилеров;
- возможность возникновения недовольства со стороны некоторых клиентов, если они узнают, что кто-то смог купить тот же товар дешевле;
- ✓ все верно.
- опасность чрезмерного охотного предоставления скидок продавцами ради привлечения покупателей буквально «любой ценой», особенно если объем продаж является основой систем премирования;
- замедление процесса сбыта товаров из-за траты времени на процесс «уторговывания»;

368. Почему максимально достижимый объем продаж не всегда может быть для фирмы выгодным:

- ✓ потому что это может привести к превышению маржинальных издержек над ценой;
- все верно
- потому что это может потребовать обращения за кредитами и роста в силу этого цены капитала фирмы;
- потому что это может привести к прекращению снижения средних издержек;
- потому что это может вызвать усиление контроля над ее деятельностью со стороны антимонопольных органов;

369. Цены на продукцию производственно-технического назначения определяются:

- на основе соизмерения технических параметров;
- на основе учета соотношения спроса и предложения.
- на основе расчета издержек производства
- ✓ на основе расчетов соотношений «полезность / цена»;
- на основе расчета экономических параметров;

370. В группу услуг, тарифы на которые формируются чисто рыночными механизмами входят:

- социальные услуги;

- все ответы верны.
- услуги на авиаперевозки, услуги адвокатов и нотариусов;
- услуги, связанные с деятельностью в области связи, транспорта, здравоохранения и образования, коммунальные услуги;
- ✓ бытовые услуги, услуги банков и страховых компаний, услуги коммерческих образовательных и медицинских учреждений;

371. В группу услуг, тарифы на которые регулируются государством входят:

- услуги на авиаперевозки, услуги адвокатов и нотариусов;
- коммерческие образовательные и медицинские услуги;
- услуги банков и страховых компаний.
- ✓ услуги, связанные с деятельностью в области связи, транспорта, здравоохранения и образования, коммунальные услуги;
- бытовые услуги;

372. Тендер это –

- отбор поставщиков товаров народного потребления или услуг с помощью формализованной процедуры аукционного типа;
- процедура торгов.
- ✓ процедура торгов, отбор поставщиков продукции или услуг производственного назначения с помощью формализованной процедуры аукционного типа;
- организация закупок продукции производственного назначения;
- метод реализации товаров народного потребления;

373. Какое утверждение неверно:

- ✓ масштаб уценки зависит от широты или узости диапазона колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд;
- при определении наиболее рационального масштаба уценки следует исходить из того что, он должен быть равен той минимальной величине снижения цены, которая способна привлечь внимание покупателей и побудить их приобрести товар.
- расчет масштаба уценки существенно зависит от типа товара;
- масштаб уценки задается обычно в процентах к исходной цене;
- идеальная величина уценки равна минимально значимому оптимальному различию в ценах, а все, что сверх этого – излишняя потеря прибыли продавца;

374. Преимуществами унифицированного ценообразования являются:

- лишает фирму возможности проведения ценовой дискриминации;
- все варианты верны.
- экономит расходы потребителя;
- увеличивает прибыли производителя
- ✓ фирма получает возможность непосредственно управлять соотношением «ценность / цена» для конечного покупателя;

375. Что относится к престижным товарам:

- ✓ товары, при увеличении цен которых увеличиваются объемы их покупок;
- все ответы верны.
- товары, объемы продаж и цены которых зависят от желанности для потребителей;
- товары, величина спроса на которые снижается при повышении доходов покупателей;
- товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей;

376. Классификация потребительских товаров такова:

- товары многократного приобретения, товары однократного приобретения, потребительские услуги;
- товары повседневного спроса, товары роскоши, продовольственные товары, медикаменты.
- товары длительного пользования, товары однократного приобретения, потребительские услуги;
- товары повседневного спроса, товары многократного приобретения, потребительские услуги;
- ✓ товары длительного пользования, товары повседневного спроса, потребительские услуги;

377. Что не относится к индексам фондовой биржи:

- Доу-Джонса;

- Рейтера
- Никкей;
- Франкфуртер Альгемайне Цайтунг;
- ✓ Тексако.

378. Основные операции на фондовой бирже:

- кассовые сделки;
- срочные сделки;
- ✓ все верно
- пакетные сделки;
- арбитражные сделки;

379. К операциям на фондовой бирже допускаются:

- ценные бумаги с фиксированным доходом
- ✓ все верно.
- сертификаты
- облигации частных компаний и банков
- государственные облигации

380. Что из нижеперечисленного относится к видам хеджирования:

- превосходящее хеджирование;
- ✓ все верно.
- чистое хеджирование;
- арбитражное хеджирование;
- селективное хеджирование;

381. Какие функции не относятся к фьючерсной товарной бирже:

- ценообразующая;
- ✓ все относятся.
- ценостабилизирующая;
- рискостраховая;
- ценопрогнозирующая;

382. Уровень эмиссионной цены:

- превышает номинальную стоимость;
- в зависимости от прогнозов фирмы.
- на уровне ее реальной ценности;
- ✓ на уровне нарицательной цены;
- ниже номинальной стоимости;

383. Динамика курса акций подвержена влиянию факторов:

- доходность,
- ликвидность,
- соотношение с альтернативными сферами вложения капитала;
- ✓ все верно.
- степень риска вложений,

384. Какой из приведенных фондовых индексов представляет собой среднюю цену акций –

- индекс Никкей;
- ✓ индекс Доу-Джонса;
- индекс FT;
- индекс Рейтера.
- индекс SP -500;

385. Индексы фондовой биржи:

- индекс Паше, индекс НАСДАК;
- индекс Фишера;
- индекс Ласпейреса;
- √ индекс Доу- Джонса, индекс - SP-500, индекс – FT;
- все ответы верны.

386. Фондовые индексы классифицируются по:

- степени охвата рынка;
- методу расчета;
- √ все ответы верны.
- региональному признаку;
- отраслевому признаку;

387. К фондовым операциям относятся:

- пакетные сделки;
- √ все ответы верны.
- кассовые сделки;
- срочные сделки;
- арбитражные сделки;

388. Доходы брокеров и маклеров формируются –

- √ за счет комиссионных от своих клиентов и из курсовых разниц;
- все ответы верны.
- за счет уставного капитала бирж;
- из государственного бюджета;
- за счет доходов от совершенной сделки;

389. К операциям на фондовой бирже допускаются –

- все ценные бумаги;
- все ответы верны.
- облигации частных компаний;
- долговые обязательства;
- √ фондовые ценности;

390. Первые фондовые биржи появились –

- √ в конце 18 века;
- все ответы неверны.
- в конце 17 века;
- в начале 19 века;
- в начале 20 века;

391. На бирже за свой счет осуществляют сделки –

- маклеры;
- все ответы верны.
- брокеры;
- √ джобберы и спекулянты;
- посредники по сбыту;

392. Варрант это –

- гарантийное обязательство, подписанное сторонами;

- √ специальное складское свидетельство
- некоторая денежная сумма, размер которой определяется отраслевой ассоциацией в минимальных размерах для каждой сделки;
- все ответы верны.
- долговое обязательство;

393. Маржа это –

- специальное складское свидетельство;
- все ответы верны.
- гарантийное обязательство, подписанное сторонами
- долговое обязательство;
- √ некоторая денежная сумма, размер которой определяется отраслевой ассоциацией в минимальных размерах для каждой сделки;

394. Форвард сделка это –

- √ сделка на реальный товар в будущем;
- сделка на товар которого в наличии нет;
- страховочная сделка.
- сделка по страхованию, котированию цен;
- срочная сделка;

395. Кэш сделка это-

- сделка на реальный товар в будущем;
- все ответы верны.
- √ сделка на наличный товар;
- срочная сделка;
- сделка на товары, которых в момент заключения сделки в наличии нет;

396. Сделки на реальный товар – это:

- √ кэш и форвард сделки;
- все ответы верны.
- арбитражные сделки;
- срочные сделки;
- фьючерсные сделки;

397. Зарождение бирж связано:

- с научно-техническим прогрессом
- с развитием товарно-денежных отношений;
- √ с возникновением регулярно действующих рынков оптовой торговли;
- с историческим развитием общества.
- с общественным разделением труда;

398. Какой из представленных фондовых индексов представляет собой среднюю цену акций:

- Рейтера.
- √ Доу – Джонсона;
- индекс FT;
- Стандарт энд Пуре;
- Никкей;

399. Основные ценообразующие факторы, определяющие стоимость опциона:

- изменчивость цены актива, лежащего в основе опциона;
- √ все верно.
- цена актива на физическом рынке;

- цена исполнения опциона;
- срок действия опциона;

400. Функции джобберов на товарной бирже:

- используя условия постоянного колебания цен, играют или на повышении цены, или на понижении;
- ✓ все верно.
- определяют ценовые условия реализации товара;
- проводят сделки за свой счет;
- заключают торговые контракты;

401. Функции брокеров на товарной бирже:

- выступают на бирже от лица своих клиентов
- ✓ все верно.
- определяют ценовые условия реализации товара
- обмениваются поступившей информацией
- заключают торговые контракты

402. Какие цены относятся к ценам сделок на товарной бирже:

- цены заключенных сделок
- ✓ все верно.
- цены в момент открытия биржи, цены в момент закрытия биржи
- цены покупателей
- цены продавцов,

403. Общий доход от облигации складывается из следующих элементов:

- периодически выплачиваемых процентов;
- ✓ все верно.
- величины купонного дохода;
- дохода от реинвестиции полученных процентов;
- изменения стоимости облигации за соответствующий период;

404. Факторы, определяющие стоимость фьючерсного контракта:

- цена актива на физическом рынке;
- ✓ все верно.
- банковская процентная ставка по депозиту;
- срок действия фьючерсного контракта;
- соотношение спроса и предложения, создаваемого хеджерами и спекулянтами;

405. К факторам, определяющим курс ценных бумаг относят:

- общий объем проданных акций;
- все верно.
- устойчивость, сбалансированность и перспективы роста экономики;
- ✓ финансовое состояние фирмы эмитента;
- масштабы производства акционерных предприятий;

406. Фондовые индексы это –

- количественные и стоимостные индексы;
- индексы оптового товарооборота;
- ✓ числа, характеризующие уровень и динамику цен на акции компаний, включенных в индексный список на определенный момент времени;
- групповые и сводные индексы;
- все ответы верны.

407. Биржевые индексы, определяемые по различным видам товаров это:

- количественные индексы;
- √ групповые и сводные индексы;
- индекс Рейтера.
- стоимостные индексы;
- индексы Доу-Джонса;

408. Биржевые индексы оптового товарооборота определяются:

- по ассортименту в целом;
- √ все ответы верны.
- по отдельному товару- представителю отдельного ассортимента;
- по товару в целом, включая все виды и сорта;
- по различным видам товаров;

409. Товарная биржа характеризуется следующими показателями:

- эффективность биржевой деятельности, биржевая инфраструктура;
- число, состав и размер бирж;
- спрос и предложение на бирже, товарооборот биржи, биржевые цены;
- √ все ответы верны.
- деловая активность на биржевом рынке;

410. Индекс курсовой цены каждой акции определяется:

- как отношение доходов приносимых акциями в разные периоды;
- как произведение числа акций этого типа, котировавшихся на бирже на ее номинал;
- √ как произведение ее курса на число акций этого типа, котировавшихся на бирже, деленное на номинал акции;
- как сумма приносимого акцией дохода и ее номинала;
- все ответы неверны.

411. Курс ценной бумаги – это:

- разница в ценах ценных бумаг;
- все ответы верны.
- величина приносимого ценной бумагой дохода;
- способность валюты одной страны быть выраженной в валюте другой страны;
- √ цена, по которой реализуется ценная бумага;

412. Опцион – это:

- особый вид торгово-денежных операций;
- операция купли-продажи товаров;
- операции с ценными бумагами;
- √ особый вид биржевых операций, предполагающих заключение договорного обязательства купить или продать определенный вид ценностей или финансовых прав;
- все ответы верны.

413. Хеджирование – это:

- все ответы верны.
- процесс согласования сроков поставок, цен товаров, их качества и количества;
- √ страховочная операция;
- механизм регулирования;
- операция формирования цен;

414. Товарные биржи делятся на:

- арбитражные и частные;

- первичные и вторичные.
- √ узкоспециализированные и универсальные, публичноправовые и частноправовые;
- фьючерсные и форвардные;
- публичноправовые и частноправовые;

415. Фьючерсные сделки это –

- сделки с товарами, которых в момент заключения сделки в наличии нет;
- √ все ответы верны.
- сделки с целью получения разницы между ценой контракта в момент его заключения и реальной ценой сделки;
- срочные сделки;
- сделки с актом купли-продажи права на будущий товар;

416. Частные биржи –

- √ объединяют только членов биржевой корпорации;
- все ответы верны.
- формируют высший управленческий орган биржевой корпорации;
- функционируют под государственным контролем;
- объединяют предпринимателей, включенных в национальный торговый регистр;

417. Публичные биржи-

- объединяют только членов биржевой корпорации;
- занимаются демонстрацией товаров биржи;
- являются акционерной компанией с публичной ответственностью.
- занимаются публикацией нормативно-законодательной документации;
- √ функционируют под государственным контролем;

418. Причиной того, что процесс купли-продажи на бирже осуществляется через посредников является –

- жесткая конкуренция на рынке;
- низкая платежеспособность потребителей.
- стихийность биржевого рынка;
- √ высокий уровень риска, а также несбалансированность спроса и предложения реального товара;
- несбалансированность спроса и предложения реального товара;

419. К пакетным сделкам относятся:

- сделки, основанные на перепродаже ценных бумаг на различных биржах, когда имеется разница в их курсах;
- √ сделки по купле-продаже крупных партий ценных бумаг;
- все верно.
- сделки, которые осуществляются сразу же после заключения контракта;
- фьючерсы и опционы, которые завершаются выплатой разницы в курсах с момента заключения договора до его истечения;

420. К арбитражным сделкам относятся:

- √ сделки, основанные на перепродаже ценных бумаг на различных биржах, когда имеется разница в их курсах;
- все верно.
- сделки по купле-продаже крупных партий ценных бумаг;
- фьючерсы и опционы, которые завершаются выплатой разницы в курсах с момента заключения договора до его истечения;
- сделки, которые осуществляются сразу же после заключения контракта;

421. К срочным сделкам относятся:

- все верно.
- сделки, которые осуществляются сразу же после заключения контракта;
- √ фьючерсы и опционы, которые завершаются выплатой разницы в курсах с момента заключения договора до его истечения;
- сделки, основанные на перепродаже ценных бумаг на различных биржах, когда имеется разница в их курсах;
- сделки по купле-продаже крупных партий ценных бумаг;

422. Кассовые сделки на фондовых биржах:

- все верно.
- это сделки по купле-продаже крупных партий ценных бумаг;
- основанны на перепродаже ценных бумаг на различных биржах, когда имеется разница в их курсах;
- завершаются выплатой разницы в курсах с момента заключения договора до его истечения;
- ✓ осуществляются сразу же после заключения контракта;

423. Предвосхищающее хеджирование проводится:

- если сделка на фьючерсном рынке осуществляется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество;
- ✓ заключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным товаром;
- с целью учета затрат на хранение, осуществляется исключительно для извлечения выгоды из ожидаемого благоприятного изменения в соотношении цен реального товара и биржевых котировок с различными сроками поставки;
- с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;
- все верно.

424. Селективное хеджирование проводится:

- с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;
- с целью учета затрат на хранение, осуществляется исключительно для извлечения выгоды из ожидаемого благоприятного изменения в соотношении цен реального товара и биржевых котировок с различными сроками поставки;
- все верно
- заключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным товаром.
- ✓ если сделка на фьючерсном рынке осуществляется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество;

425. Арбитражное хеджирование проводится:

- заключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным товаром;
- все верно.
- с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;
- ✓ с целью учета затрат на хранение, осуществляется исключительно для извлечения выгоды из ожидаемого благоприятного изменения в соотношении цен реального товара и биржевых котировок с различными сроками поставки;
- проводится, если сделка на фьючерсном рынке осуществляется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество;

426. Обычное хеджирование проводится:

- ✓ с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;
- заключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным товаром.
- если сделка на фьючерсном рынке осуществляется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество;
- осуществляется исключительно для извлечения выгоды из ожидаемого благоприятного изменения в соотношении цен реального товара и биржевых котировок с различными сроками поставки;
- с целью учета затрат на хранение;

427. Что относится к основным и вспомогательным операциям, выполняемым на товарной бирже:

- установление стандартов на биржевые товары, разработка типовых контрактов, фиксирование торговых обычаев, осуществление арбитражных функций;
- ✓ все верно.
- ведение расчетов между членами биржи через ликвидационные кассы и расчетные палаты, информационная деятельность, оказание различных услуг клиентам;
- спекуляции, хеджирование, котирование цен;
- сделки на реальный товар «кэш-сделки» и «форвард»-сделки;

428. Эмиссионная цена может быть ниже рыночной по двум причинам:

- если акционер использует имеющееся у него преимущественное право приобретения акций наравне с рыночной ценой.
- если акционер использует имеющееся у него преимущественное право приобретения акций со скидкой в 5% от рыночной цены;
- если дивиденды выплачиваются из прибыли акционерного общества;
- ✓ если акционер использует имеющееся у него преимущественное право приобретения акций со скидкой в 10% от рыночной цены;
- если акционер использует имеющееся у него преимущественное право приобретения акций со скидкой в 20% от рыночной цены;

429. Факторы, действующие на всем фондовом рынке:

- масштабы производства акционерных предприятий, степень использования ими ценных бумаг для привлечения средств;
- ✓ все верно.
- умножения приносимого акцией дохода и ее номинала;
- устойчивость, сбалансированность и перспективы роста экономики, надежность финансовой системы ;
- конъюнктура товарных рынков, рынков золота, недвижимости;
- темпы экономического роста;

430. Индексы обычно взвешиваются методом –

- ✓ умножения числа выпущенных акций каждой компании на их цену;
- отношения цены товаров в базисном периоде к периоду отчетному;
- все ответы верны.
- умножения суммы количества товара всех видов и сортов в отчетном периоде к периоду базисному;

431. Стоимостный биржевой индекс определяется как:

- ✓ сумма объема продаж товаров в отчетном периоде к базисному, взвешенная по неизменным ценам – ценам базисного периода;
- произведение суммы количества товара всех видов и сортов в отчетном периоде к периоду базисному;
- все ответы верны.
- отношение цены товаров в базисном периоде к периоду отчетному;
- отношение суммы количества товара всех видов и сортов в отчетном периоде к периоду базисному;

432. Количественный биржевой индекс определяется как:

- произведение суммы количества товара всех видов и сортов в отчетном периоде к периоду базисному;
- ✓ отношение суммы количества товара всех видов и сортов в отчетном периоде к периоду базисному;
- все ответы верны.
- отношение цены товаров в базисном периоде к периоду отчетному;
- сумма объема продаж товаров в отчетном периоде к базисному, взвешенная по неизменным ценам – ценам базисного периода;

433. Биржевой механизм формирования цен – это:

- механизм организации и управления процессом купли-продажи биржевых товаров;
- все ответы верны.
- механизм сложной функционально-информационной организации рынка;
- ✓ механизм организационного самоформирования спроса и организационной самореализации предложения;
- механизм управления затратами производства и обращения биржевых товаров;

434. Биржа как инструмент рынка - это:

- механизм организационного самоформирования спроса и организационной самореализации предложения;
- все ответы верны.
- институт, предоставляющий хозяйственным агентам определенную свободу действий;
- определенное место неорганизованной купли-продажи;
- ✓ институт, представленный комплексом правил, регламентирующих поведение хозяйственных агентов и предоставляющий хозяйственным агентам определенную свободу действий;

435. Бухгалтерская стоимость акции определяется:

- ✓ как отношение денежного выражения собственных средств компании к числу акций, находящихся в обращении;
- как разность денежного выражения собственных средств компании и числа акций, находящихся в обращении;
- все ответы верны.
- как произведение денежного выражения собственных средств компании и числа акций, находящихся в обращении;
- как сумма денежного выражения собственных средств компании и числа акций, находящихся в обращении;

436. Кассовый рынок это-

- рынок, на котором заключаются разнообразные по виду сделки со сроком исполнения, превышающим 2 рабочих дня;
- обращение ценных бумаг без соблюдения единых для всех участников рынка правил;
- все ответы верны.
- ✓ рынок с немедленным исполнением сделок в течение 1-2 рабочих дней;
- обращение ценных бумаг на основе законодательно установленных правил между лицензированными профессиональными посредниками;

437. Фондовый рынок это–

- рынки обслуживающие международный платежный оборот, связанный с оплатой денежных обязательств юридических и физических лиц разных стран;
- рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов в короткие сроки.
- рынок средне- и долгосрочных кредитов, а также акций и облигаций;
- ✓ рынок купли продажи фондовых ценностей, обеспечивающий распределение денежных средств между участниками экономических отношений через выпуск ценных бумаг;
- рынок, на котором обращается огромная масса краткосрочных ценных бумаг, обладающих высокой ликвидностью и мобильностью;

438. Рынок капиталов это-

- часть рынка ссудных капиталов;
- рынок купли продажи фондовых ценностей.
- рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов в короткие сроки;
- рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;
- ✓ рынок средне- и долгосрочных кредитов, а также акций и облигаций;

439. Рынок деривативов это –

- рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов в короткие сроки;
- рынки обслуживающие международный платежный оборот, связанный с оплатой денежных обязательств юридических и физических лиц разных стран;
- рынок купли продажи фондовых ценностей.
- ✓ рынок производных финансовых инструментов, в основе которых лежат более простые финансовые инструменты – акции, облигации;
- рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;

440. Валютный рынок это–

- рынок производных финансовых инструментов, в основе которых лежат более простые финансовые инструменты – акции, облигации;
- все ответы верны.
- рынок купли продажи фондовых ценностей;
- рынок средне- и долгосрочных кредитов, а также акций и облигаций;
- ✓ рынки обслуживающие международный платежный оборот, связанный с оплатой денежных обязательств юридических и физических лиц разных стран;

441. Межбанковский рынок это –

- рынок, на котором обращается огромная масса долгосрочных ценных бумаг, обладающих низкой ликвидностью и мобильностью.
- рынки обслуживающие международный платежный оборот, связанный с оплатой денежных обязательств юридических и физических лиц разных стран;

- рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;
- рынок, на котором обращается огромная масса краткосрочных ценных бумаг, обладающих высокой ликвидностью и мобильностью;
- ✓ рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов в короткие сроки;

442. Учетный рынок это –

- рынок, на котором обращается огромная масса долгосрочных ценных бумаг, обладающих низкой ликвидностью и мобильностью;
- часть рынка ссудных капиталов;
- рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов;
- ✓ рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;
- все ответы верны.

443. К внутренним факторам изменения процентных ставок не относятся:

- ✓ конкуренция на рынке кредитных услуг;
- степень риска непогашения кредита;
- характер отношений между банком и заемщиком.
- характер обеспечения возврата кредита;
- получение прибыли от ссудных операций;

444. К внешним факторам изменения цены кредита относятся:

- характер обеспечения возврата кредита;
- характер отношений между банком и заемщиком.
- ✓ денежно-кредитная политика в стране;
- степень риска непогашения кредита;
- получение прибыли от ссудных операций;

445. К внутренним факторам изменения цены кредита относятся:

- денежно-кредитная политика;
- размер ссуды и степень риска непогашения кредита, а также конкуренция на рынке кредитных услуг.
- характер отношений между банком и заемщиком;
- ✓ размер ссуды, степень риска непогашения кредита;
- конкуренция на рынке кредитных услуг;

446. К внешним факторам изменения цены кредита относятся:

- получение прибыли от ссудных операций;
- размер процентной ставки.
- ✓ денежно-кредитная политика в стране;
- срок погашения кредита;
- степень риска непогашения кредита;

447. В механизме опционного ценообразования «премия» это –

- цена фьючерсного контракта;
- арбитражная прибыль.
- разница между ценой фьючерсного контракта и ценой его актива на физическом рынке;
- доход от реализации активов;

448. Фьючерсная цена производных ценных бумаг это-

- средневзвешенная цена фьючерсного контракта;
- все ответы верны.
- показатель финансовой эффективности фьючерсного контракта;

- ✓ цена, при которой инвестору равновыгодна как покупка самого актива на физическом рынке и последующее его хранение до момента использования или получения дохода по нему, так и покупка фьючерсного контракта на этот актив;

449. Доходность облигации это –

- дисконтный множитель, показывающий, какую долю составляет цена продажи облигации в ее номинальной цене;
- норма ссудного процента;
- доход от реинвестиции полученных процентов;
- ✓ показатель финансовой эффективности облигационного займа, а также относительный показатель, представляющий собой доход, приходящийся на единицу затрат;
- изменение стоимости облигации за соответствующий период.

450. Рыночная цена акции на ликвидном эффективном рынке ценных бумаг это –

- цена реальной продажи акций;
- стоимость в текущих ценах по сделкам, заключенным в определенный момент времени;
- ✓ все ответы верны.
- цена, по которой акция продается и покупается на вторичном рынке;
- равновесная рыночная цена;

451. Временная внешняя стоимость опциона есть-

- разница между ценой фьючерсного контракта и ценой его актива на физическом рынке;
- все ответы верны.
- разность денежного выражения собственных средств компании и числа акций, находящихся в обращении;
- разница между рыночной ценой актива на физическом рынке и ценой исполнения опциона;
- ✓ разница между фактической премией и внутренней стоимостью опциона;

452. Внутренняя стоимость опциона есть-

- ✓ разница между рыночной ценой актива на физическом рынке и ценой исполнения опциона;
- все ответы верны.
- разница между фактической премией и внутренней стоимостью опциона;
- разность денежного выражения собственных средств компании и числа акций, находящихся в обращении;
- разница между ценой фьючерсного контракта и ценой его актива на физическом рынке;

453. Организованный рынок ценных бумаг это-

- торговля ценными бумагами, минуя фондовую биржу;
- рынок с немедленным исполнением сделок в течение 1-2 рабочих дней.
- ✓ обращение ценных бумаг на основе законодательно установленных правил между лицензированными профессиональными посредниками;
- торговля ценными бумагами на фондовых биржах;
- обращение ценных бумаг без соблюдения единых для всех участников рынка правил;

454. В банковской практике применяются модели установления кредитной ставки:

- «надбавки»;
- ✓ все верно.
- «стоимость плюс»;
- «ценовое лидерство»;
- «стоимость-выгодность»;

455. Эмиссионная цена акции это-

- нарицательная цена акции;
- ✓ все ответы верны.
- цена акции, по которой ее приобретает первый держатель;
- единая для всех покупателей цена акции;
- цена, превышающая номинальную стоимость или равная ей;

456. Номинал акции это-

- √ стоимость акции, указанная при ее эмиссии и обозначенная на ее лицевой стороне;
- нарицательная цена акции;
- обменный курс акции;
- все ответы верны.
- это совокупность прав держателей акций;

457. Актив это-

- источник получения рентных доходов;
- все ответы верны.
- дополнительный доход от прироста капитала;
- источник получения дивидендов;
- √ источник, обеспечивающий денежные поступления его владельцу;

458. Курс акции это-

- способность акции удовлетворять определенные потребности инвесторов в доходе;
- способность акции приносить доход эмитентам и инвесторам;
- все ответы верны.
- это потребительная стоимость акции;
- √ ее ценность, стоимость для эмитента и инвестора;

459. Денежный рынок это –

- рынок купли продажи фондовых ценностей;
- все ответы верны.
- совокупность производных финансовых инструментов;
- √ рынок краткосрочных кредитных операций;
- рынок ссудных капиталов;

460. Финансовый рынок это:

- √ механизм перераспределения капитала между кредиторами и заемщиками при помощи посредников на основе спроса и предложения на капитал
- рынок ссудных капиталов;
- все ответы верны.
- рынок купли продажи фондовых ценностей;
- механизм обращения ценных бумаг на основе законодательно установленных правил между лицензированными профессиональными посредниками;

461. К нетарифным методам влияния государства на мировые цены относятся:

- лицензирование;
- квотирование;
- √ все верно.
- «добровольное ограничение экспорта»;

462. К ценовым скидкам, существующим в мировой практике относятся:

- √ все верно.
- бонусные;
- дилерские и брокерские;
- за оплату товара наличными, или скидки «Сконто»;
- специальные, закрытые;

463. Исходной базой для расчета экспортных цен является:

- цена «франко-покупатель», включая пошлину;
- √ все верно.
- цена «СИФ порта назначения» или цена «с судна в порту назначения»;
- предварительная себестоимость;
- контрактная цена, определяемая на основе калькуляции всех расходов;

464. Уровень цены при расчетах наличными определяется:

- конкурентной ценой;
- √ определяется всеми этими элементами вместе.
- долей очередного платежа в общей сумме контракта;
- коэффициентом кредитного влияния;

465. В отличие от цен продажи на внутреннем рынке, экспортные цены включают:

- транспортные расходы.
- дополнительные расходы, связанные с поставками в другую страну;
- предварительную себестоимость;
- скалькулированную прибыль;
- √ таможенные пошлины;

466. Исходной базой для расчета экспортных цен являются:

- трансфертные цены.
- цены внутреннего рынка;
- √ контрактные цены;
- цены «замкнутых» рынков;
- цены «свободных» рынков;

467. Контрактные цены делятся на твердые, подвижные, скользящие в зависимости от:

- √ способа фиксации цен;
- условий поставки товаров;
- метода расчета цен;
- методов внесения коммерческих поправок;
- методов утверждения.

468. Контрактные цены внешней торговли это:

- √ цены оптовых продаж;
- прейскурантные цены;
- публикуемые справочные цены;
- прогнозные цены;
- цены фактических сделок;

469. Методов определения таможенной стоимости товара применяемых в мировой практике:

- десять;
- пять;
- √ шесть;
- двенадцать.
- три;

470. Таможенный тариф это:

- прямой налог;
- налоги, которыми облагаются товары при импорте, а в отдельных случаях – при экспорте из данной страны;
- налог, взимаемый при пересечении товаром таможенной границы, который повышает цену импортируемых или экспортируемых товаров
- √ систематизированный перечень таможенных пошлин.

- косвенный налог;

471. Какие факторы внешнеэкономического характера влияют на цены мирового рынка:

✓ все верно.

- конкурентоспособность компаний-экспортеров различных стран;
- экономические и политические взаимоотношения между странами;
- образование различных межгосударственных группировок
- внешнеторговая политика отдельных государств;

472. На мировом рынке формирование цен обусловлено рядом факторов:

✓ все верно

- различиями в стратегии и формах ведения конкурентной борьбы на мировом рынке;
- различной степенью государственного вмешательства в экономику;
- возрастанием цен при экспортировании продукции;
- существующим расхождением в практике установления, фиксирования и изменения цен;

473. Цена СИФ включает следующие расходы:

- все ответы верны.
- транспортные расходы по доставке товаров к борту судна;
- транспортные расходы по доставке на борт судна плюс расходы на погрузку;
- все расходы по фрахту до места назначения;
- ✓ включает экспортные цены ФОБ и КАФ, а также производственные затраты на страховку грузов до границы стран-экспортеров или импортеров;

474. Цена КАФ включает следующие расходы:

- производственные затраты на страховку грузов до границы стран-экспортеров или импортеров.
- транспортные расходы по доставке товаров к борту судна;
- транспортные расходы по доставке товаров на борт судна плюс расходы на погрузку;
- ✓ включает все расходы по фрахту до места назначения;
- включает экспортные цены ФОБ и КАФ;

475. По экспортной цене ФОБ товар продается:

- с включением производственных затрат на страховку грузов до границы стран-экспортеров или импортеров.
- импортеру, с включением в цену транспортных расходов по доставке товара к борту судна;
- ✓ импортеру, с включением в цену транспортных расходов по доставке товара либо к борту судна, либо на борт судна плюс расходы на погрузку;
- с включением всех расходов по фрахту до места назначения;
- с включением экспортных цен ФОБ и КАФ;

476. По экспортной цене ФАС товар продается:

- импортеру, включая в цену транспортные расходы по доставке товара либо к борту судна, либо на борт судна и расходы на погрузку;
- ✓ импортеру, включая в цену транспортные расходы по доставке товара к борту судна;
- с включением производственных затрат на страховку грузов до границы стран-экспортеров или импортеров.
- с включением экспортных цен ФОБ и КАФ;
- с включением всех расходов по фрахту до места назначения;

477. Приведение цен по кредитным условиям учитывает в цене:

- долю кредитуемой части общей суммы контракта.
- коэффициент кредитного влияния;
- среднюю величину банковского процента для заемщиков;
- ✓ преимущества, которые получает покупатель при покупке в кредит по сравнению с платежами за товар наличными;

478. Коммерческие поправки к контрактным ценам не вносятся:
- за приобретение товара вне сезона продажи; возврат старого, ранее купленного у данной фирмы товара.
 - за количество; серийность; товарооборот; условия платежа;
 - производителями своим постоянным агентам и другим посредникам по сбыту;
 - за условия поставки товара;
 - ✓ на пробные партии товара и заказы;
479. Единица измерения цены, базис цены, валюта цены, способ фиксации цены и уровень цены – это:
- ✓ основные элементы контракта купли-продажи;
 - показатели емкости мирового рынка;
 - структурные элементы конъюнктуры мирового товарного рынка;
 - показатели конкурентоспособности;
 - показатель производительности труда.
480. Введение таможенных пошлин преследует цели:
- расширения внешнеэкономических связей;
 - защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции;
 - захват внешних рынков;
 - защиты «юных» отраслей и отраслей, продукция которых имеет военнотрагическое назначение.
 - ✓ пополнение государственного бюджета;
481. Введение таможенного тарифа приводит:
- к увеличению цен импортных и снижению цен отечественных товаров;
 - в целом к потерям производителей и потребителей отечественных товаров;
 - к изменению уровня благосостояния потребителей и производителей.
 - к выигрышу отечественных производителей и потерям потребителей товара;
 - ✓ к увеличению цен импортных и отечественных товаров;
482. Ценообразование на мировом рынке нефти находится под воздействием следующих факторов:
- цены очень сильно зависят от спроса и предложения: растет спрос – повышаются цены; спрос неэластичный – цены падают;
 - ✓ все верно.
 - на мировые цены оказывают влияние сезонность года и климатические условия;
 - конъюнктура мирового рынка на нефть определяется состоянием мировой экономики в целом: если мировая экономика находится на подъеме, то и цены на нефть растут; в условиях кризисного состояния экономики цены на нефть падают;
 - мировые цены во многом зависят от регулирующей роли стран ОПЕК и других нефтедобывающих государств, которые могут сильно влиять на спрос и предложение через объемы добычи нефти;
483. Характерные особенности во взаимоотношении мировых и внутренних цен:
- все ответы верны.
 - преобладающим вариантом ценовых расхождений является превышение внутренней цены над мировой;
 - ✓ уровень разрыва в производственных затратах на мировом рынке значительно больше, чем на внутреннем;
 - на мировом рынке реализуется не вся продукция, произведенная в стране-экспортере;
 - конкуренция на мировом рынке более жесткая, чем на национальном.
484. Скользящие контрактные цены это –
- цены фиксируемые при заключении контракта, которые могут быть пересмотрены в дальнейшем, если рыночные цены данного товара к моменту его поставки изменятся;
 - цены фиксируемые в момент заключения контракта и неподлежащие изменению на протяжении всего срока его действия;
 - цены, фиксируемые в процессе исполнения контракта, путем уточнения сторонами непосредственно перед каждой поставкой;
 - ✓ цены исчисленные в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной - базисной цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
485. Подвижные контрактные цены это –

- цены, фиксируемые в процессе исполнения контракта, путем уточнения сторонами непосредственно перед каждой поставкой;
- цены исчисленные в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной - базисной цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
- все ответы верны.
- цены фиксируемые в момент заключения контракта и неподлежащие изменению на протяжении всего срока его действия;
- ✓ цены фиксируемые при заключении контракта, которые могут быть пересмотрены в дальнейшем, если рыночные цены данного товара к моменту его поставки изменятся;

486. Твердые контрактные цены это –

- цены, фиксируемые в процессе исполнения контракта, путем уточнения сторонами непосредственно перед каждой поставкой;
- цены фиксируемые при заключении контракта, которые могут быть пересмотрены в дальнейшем, если рыночные цены данного товара к моменту его поставки изменятся;
- ✓ цены фиксируемые в момент заключения контракта и неподлежащие изменению на протяжении всего срока его действия;
- все ответы верны.
- цены исчисленные в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной - базисной цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;

487. Тенденция либерализации во внешнеэкономической деятельности это:

- ✓ снижение всевозможных барьеров, препятствующих развитию внешнеэкономических связей;
- добровольные ограничения экспорта и импорта;
- защита внутреннего рынка от иностранной конкуренции;
- акцизы и развитое внутреннее налогообложение;
- лицензирование и контингентирование ввоза и вывоза;

488. Лимитная подача электроэнергии в пределах:

- до 500 квт/ч;
- до 100 квт/ч;
- свыше 700 квт/ч.
- свыше 200 квт/ч;
- ✓ до 300 квт/ч;

489. При установлении цен на бытовые услуги учитываются:

- ✓ сложившиеся издержки производства и необходимость обеспечения доступности этих видов услуг всем слоям населения;
- экологический эффект;
- социальный эффект.
- доходы потребителей
- необходимость обеспечения доступности этих видов услуг всем слоям населения;

490. Цены на ремонтные услуги разрабатываются с учетом:

- ✓ чтобы заказчику было выгодно сдавать изделия в ремонт, а не покупать новые;
- местного характера.
- максимального приближения предприятий службы быта к потребителю;
- охвата полного ассортимента услуг;
- создания особых условий на выполнения работ;

491. Какие затраты не учитываются при формировании цен на бытовые услуги –

- ✓ материальные затраты;
- все ответы верны.
- амортизация оборудования;
- затраты времени;
- трудовые затраты;

492. При расчете платы за жилищно-коммунальные услуги не учитываются:

- затраты на содержание и ремонт жилья;

√ абонементная плата за пользование телефоном.

- социальная норма площади жилья;
- фактическая стоимость жилищно-коммунальных услуг на 1 м²;
- сложившиеся затраты предприятий на производство жилищно-коммунальных услуг на 1 человека в месяц;

493. Лимитная цена:

- определяется на начальных этапах разработки новой продукции;
- √ все ответы верны.
- утверждается одновременно с утверждением технического задания и согласованием технического проекта;
- используется для обоснования целесообразности проектирования и производства новой продукции;
- используется для технико-экономических расчетов;

494. На месте потребления руды ее эффективность зависит:

- от технико-экономических показателей самой руды.
- от рентабельности добычи и транспортировки;
- от затрат по ее добыче;
- от физико-химических свойств самой руды;
- √ от физико-химических свойств самой руды и от транспортных затрат по ее доставке от рудника к металлургическому заводу;

495. Под металлургической ценностью руды понимается:

- высокий коэффициент теплотворности;
- коэффициент содержания полезных компонентов;
- √ ее экономическая эффективность в потреблении;
- высокая плотность и температура плавления;

496. Оптовые цены на продукцию железорудной промышленности:

- √ дифференцированы по регионам и учитывают металлургическую ценность руды, концентрата, агломерата, окатышей;
- установлены франко-станция отправления;
- установлены франко-станция назначения.
- учитывают экономическую эффективность в потреблении;
- учитывают металлургическую ценность руды, концентрата, агломерата, окатышей;

497. В газодобывающей подотрасли оптовая цена предприятий на природный газ определяется с учетом:

- рентных платежей;
- √ все ответы верны.
- затрат на добычу газа;
- ставок возмещения затрат на проведение геологоразведочных работ;
- нормативной прибыли;

498. К числу факторов, воздействующих на уровень цен нефтяных компаний относятся:

- структура и динамика производства и издержек;
- степень обеспеченности собственными запасами;
- √ все ответы верны.
- доступность для нее зарубежных рынков;
- особенности географического положения компании;

499. Определяющую долгосрочную роль в ценообразовании на рынках нефти и нефтепродуктов играют:

- издержки производства;
- географический фактор.
- большая эластичность спроса по цене;
- соотношение спроса и предложения нефти;
- √ комплекс экономических и политических факторов;

500. Рынок нефти и нефтепродуктов характеризуется:

- достаточно долговременным отсутствием альтернативных продуктов;
- высоким соотношением спроса и предложения;
- ✓ не большой эластичностью спроса по цене;
- высокой подверженностью климатических факторов;
- высокой эластичностью спроса по цене.