

3008y_Ru_Y2017_Qiyabi_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 3008y Qiymətin əmələ gəlməsi

1 Принцип комплексности в ценообразовании означает –

все ответы неверны.

что в процессе ценообразования необходимо использовать все методы расчета цен в комплексе;

- 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;

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

в проведении политики единства ценообразования на всей территории страны.

- 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;
- в необходимости государственного контроля над ценами;
- в проведении политики гибкости и единства цен;

3 Принцип непрерывности процесса совершенствования механизма ценообразования проявляется:

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

4 Важнейшие методологические принципы ценообразования: (выделить неверное) –

обеспечение единства политики цен на всей территории страны

планово-рыночное регулирование цен, сочетание стабильности и гибкости цен;

подчинение ценообразования интересам развития народного хозяйства в целом, а также вынесение основных вопросов политики цен, затрагивающих жизненные интересы населения на всенародное обсуждение;

построение системы цен и проведение политики ценообразования на основе объективных законов рынка и ее целевая направленность;

- учет в ценообразовании уровней и соотношений мировых цен и требований мирового рынка;

5 Важнейшие организационные принципы ценообразования: (выделить неверное) –

комплексность характера ценообразования.

- построение системы цен и проведение политики ценообразования на основе объективных законов рынка;
- непрерывность процесса совершенствования ценообразования и единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением дисциплины цен;
- научная обоснованность ценообразования и ее целевая направленность;
- учет в ценообразовании уровней и соотношений мировых цен и требований мирового рынка;

6 Различают следующие типы ценообразования: (выделите неверное)

- поэлементное ценообразование
- конкурентное ценообразование;
- сегментное ценообразование;
- ассортиментное ценообразование;
- ценообразование с учетом географического фактора;

7 Сущность модификации стоимости выражается: (выделите неверное)

- в том, что стоимость конкретного изделия воспринимается потребителем лишь в сопоставлении с ценой и потребительной стоимостью других изделий, способных удовлетворить данную потребность.
- в том, что в условиях глубоко дифференцированной отраслевой структуры общественного производства и все увеличивающегося разнообразия общественных потребностей стоимость отдельных видов продукции начинает зависеть не только от затрат на месте непосредственного производства этой продукции, но и от общественных условий производства в целом;
- в том, что стоимость, как основа цены, претерпевает определенные изменения с развитием товарного производства;
- в том, что вся масса стоимости по-прежнему определяется общим количеством затраченного труда, но стоимость продукции отдельных отраслей и предприятий начинает зависеть также и от факторов, отражающих условия труда в конкретной отрасли и на конкретном предприятии;

8 Закон спроса и предложения: (выделите неверное)

- регулирует взаимодействие и взаимное соответствие совокупности стоимостных и натурально-вещественных сторон процесса производства и обращения;
- выражает объективно-обусловленную необходимость соответствия во времени и пространстве стоимостных и натурально-вещественных форм платежеспособного спроса и товарного предложения;
- зона действия этого закона ограничивается сферой обращения;
- регулирует отношения спроса и предложения в целом;
- способствует эквивалентному обмену результатами труда между сферами общественного производства и отраслями народного хозяйства;

9 Регулирующая функция цены –

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

10 Перераспределительная функция цены –

- 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 том, что через цены осуществляется связь с производством;
- связана с возможностью отклонения цены от стоимости под воздействием множества рыночных факторов;
- выражается в перераспределении ресурсов предприятия по основным его производственным звеньям;
- выражается в распределении и перераспределении производственных пропорций.

11 Стимулирующая функция цены –

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

12 Соизмерительная функция цены –

- позволяет соизмерить вложенные затраты с полученным эффектом;
- позволяет учитывать полезность произведенной продукции;
- позволяет сопоставить ценности разных товаров;
- позволяет соизмерить социальный эффект с экологическим.
- позволяет соизмерить соотношение спроса и предложения с уровнем рыночных цен;

13 Измерительная функция цены –

все ответы верны.

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.

выражается в способности цены измерять соотношения спроса и предложения на рынке;

служит для измерения издержек производства и обращения;

14 Затратное направление ценообразования предполагает:

четкое разделение ценовых решений фирмы на краткосрочные и долгосрочные периоды времени
формирование цены на основе поведения потребителя при покупке альтернативных парных товарных наборов на определенном промежутке времени;

относительное измерение аппарата кривых безразличия;

формирование цены на основе приростных (переменных) затрат;

- формирование цены на основе совокупных расходов производителя;

15 «Способствовать эквивалентному обмену результатами труда между сферами общественного производства и отраслями народного хозяйства» - это требование предъявляет к системе цен:

закон о таможенных тарифах.

закон спроса и предложения;

закон о регулируемых ценах;

закон денежного обращения;

- закон стоимости;

16 Организационные принципы ценообразования –

все ответы верны.

имеют рациональное и прогнатическое значение;

включают в себя комплекс правил и положений по организации процесса расчета цен;

имеют научно- теоретическое значение;

- включают конкретные формы и правила ценообразования, которые в наилучшей степени соответствуют его целям и могут обеспечить наиболее эффективное их достижение на данном этапе развития;

17 Методологические принципы ценообразования –

все ответы неверны.

включают в себя комплекс методов ценообразования;

- имеют рациональное и прогнатическое значение;

раскрывают конкретные формы и правила осуществления процесса ценообразования;

являются фундаментом научной методологии ценообразования и имеют общетеоретическое значение;

18 Принцип целевой направленности ценообразования состоит –

в направленности на повышение конкурентоспособности экономики.

в необходимости выделения основных целей и проблем ценообразования;

в целевой направленности ценообразования на решение проблем социальной защиты населения;

- в четком определении приоритетных экономических и социальных проблем, которые должны решаться с помощью цен

в поддержании стратегии пониженных цен;

19 Принцип научной обоснованности ценообразования состоит –

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 необходимости познания и учета в ценообразовании объективных экономических законов развития рыночной экономики;

в разработке новых методов и методик расчета цен;

в разработке объективных экономических законов развития рынка;

20 Различия между методологией и методикой ценообразования в следующем:

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

21 Методология ценообразования это –

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

22 Неоклассический синтез в ценообразовании предполагает что:

- 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 издержки;
- при формировании цены необходимо ориентироваться на спрос;
- при формировании цены необходимо ориентироваться на полезность;
- при формировании цены необходимо ориентироваться на предложение;

23 Функция цены как критерия рационального размещения производства –

- проявляется в сбалансированности производства и потребления.
- 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;
- выступает как инструмент регулирования производственных процессов;
- 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;

24 Функция цен сбалансированности спроса и предложения выражается –

- все ответы верны.
- в том, что цена служит гибким инструментом для достижения соответствия между спросом и предложением.
- в том, что цена сигнализирует о появлении диспропорций в сферах производства и обращения и в развитии всего хозяйства;
- в балансировании пропорций производства и потребления;
- в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом;

25 Учетная функция цены –

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

26 Рыночная цена товара – это:

важнейшая историческая и экономическая категория.

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

27 Цена – это: (выделите неверное)

важнейшая историческая и экономическая категория.

сумма денег, за которую покупатель готов купить товар определенной полезности, а продавец – продать его;

денежная сумма, взимаемая за конкретный товар;

форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена;

- денежное выражение стоимости товара;

28 Функции цен это:

функциональное проявление механизма формирования цен.

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

29 Тактический фактор формирования цен –

проявляется в разработке комплекса маркетинговых стратегий цен.

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

30 Стратегический фактор формирования цен –

выражается в мерах регулирования государственного заказа.

зависит от конкурентоспособности товара;

выражается в том, что цены на конкретные товары формируются под влиянием конъюнктуры рынка;

- выражается в том, что цены образуются на основе стоимости и полезности товаров;
- выражается в краткосрочных мерах совершенствования производства;

31 Согласно стоимостной теории цена товара определяется –

количеством труда плюс цена материалов.

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

32 Рыночная система ценообразования это:

система котировки биржевых 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 либерализации цен;

33 Что такое ценообразование –

ценообразование - это процесс формирования прибыли

ценообразование - это процесс формирования цены на услуги;

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

34 Первую трактовку трудовой теории стоимости дали:

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

35 Принципы ценообразования это –

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

36 В основе затратного подхода в ценообразовании лежат:

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

37 Функции цен: (выделите неверное) –

- распределительная и перераспределительная;
балансирующая и регулирующая;
учетная, измерительная, соизмерительная.
- контролирующая;
 - стимулирующая;

38 Субъективное маргинальное направление в ценообразовании основывается на:

- выявлении предпочтении потребителя;
соотношении спроса и предложения;
совокупных расходах;
- предельной полезности;
 - все верно.

39 Теоретической основой ценообразования являются:

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

40 Теории цен:

теория факторов производства и теория спроса и предложения;
теория предельной полезности: объективный и субъективный маржинализм;
теория трудовой стоимости;

- все ответы верны.
неоклассический синтез;

41 Стоимостная теория рассматривает сущность цены с позиций:

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

42 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;

43 Цена – это:

это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена;

- все ответы верны.

это важнейший регулятор рыночных отношений;

это денежная сумма, взимаемая за конкретный товар, то есть сумма денег, за которую покупатель готов купить товар определенной полезности, а продавец – продать его;

это важнейшая историческая и экономическая категория;

44 Затратный подход к ценообразованию учитывает:

объем предельных маржинальных затрат.

- объем расходов на производство и реализацию продукции;
- внепроизводственные расходы;
- объем коммерческих расходов на организацию маркетинга;
- объем спроса и его ценовую эластичность;

45 Равновесная цена – это:

цена предложения;

цена спроса;

цена производства;

внутрифирменная цена.

- цена при которой объем спроса равен объему предложения;

46 Цена, фиксируемая в процессе исполнения контракта – это цена:

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 зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии;

не подлежащая изменению в течение всего срока действия контракта;

- уточняемая сторонами непосредственно перед поставкой каждой партии товара или (при долгосрочных контрактах) – ежегодно перед началом очередного хозяйственного / финансового года;

47 Скользящая цена – это цена:

не зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии.

зафиксированная при заключении контракта;

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

48 Подвижная цена – это цена:

- исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта.
не зависящая от сроков и порядка поставки товарной партии;
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;

49 Твердая цена: (выделите неверное)

- зафиксированная при заключении контракта цена.
- исчисляется в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
не подлежит изменению в течение всего срока его действия;
устанавливается в момент подписания контракта;
не зависит от сроков и порядка поставки товарной партии;

50 Цены считаются мировыми, если соблюдаются следующие условия:

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

51 Расчетные цены: (выделите неверное)

- рассчитываются и обосновываются поставщиком для каждого конкретного заказа.
в некоторых случаях окончательно устанавливаются лишь после выполнения заказа;
рассчитываются и обосновываются с учетом технических и коммерческих условий частного заказа;
применяются в контрактах на нестандартное специальное оборудование, производимое, как правило, по индивидуальным заказам;
- представляют собой ряд последовательно снижающихся цен на продукцию в заранее обусловленные моменты времени по предварительно определенной шкале;

52 Регулируемые цены – это:

- цены, устанавливаемые соответствующими органами управления
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 производителями продукции и услуг на основе издержек производства.
цены, устанавливаемые производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения на данном рынке;

53 Свободные рыночные 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;

54 Тесная взаимосвязь и взаимозависимость цен входящих в единую систему, обусловлена следующими обстоятельствами:

- все ответы верны.
существует единый процесс формирования затрат на производство;
все предприятия, производства и отрасли, хозяйственная деятельность которых обслуживается ценами, взаимосвязаны и образуют единый хозяйственный комплекс;
все цены формируются на единой методологической основе;
все субъекты рынка взаимосвязаны между собой и имеет место тесная взаимозависимость всех элементов рыночного хозяйственного механизма;

55 Элементами торговой надбавки являются:

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

56 Элементами оптовой цены товара являются:

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

57 Структурой цен называются: все ответы верны.

- составные части себестоимости;
- соотношение отдельных элементов цены, выраженное в процентах или долях единицы;
совокупность отдельных элементов себестоимости;
соотношение отдельных элементов себестоимости продукции, выраженные в процентах или долях единиц;

58 Производственная себестоимость - это:

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

59 Дилерские скидки это:

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

60 Бонусная скидка это:

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

скидка устанавливаемая в зависимости от условий, при которых осуществляется платеж;

61 «Франко» - это:

метод расчета предельных размеров затрат на строительство каждого объекта.
метод расчета точки безубыточности;
● метод учета издержек транспортировки в цене продукции;
метод калькуляции себестоимости продукции;
метод расчета цены единицы продукции;

62 Договорная цена – это:

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

63 Прейскурантная цена – это:

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

64 Сметная стоимость каждого объекта – это:

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

65 Договорные контрактные цены на продукцию строительства устанавливаются:

на строительные материалы и конструкции.
на приобретенный для установки на объекте инструментарий;
● на готовые строительные объекты под ключ;
на приобретенное для установки на объекте оборудование;
на строительно-монтажные работы;

66 Сметная стоимость строительно-монтажных работ определяется на основе:

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

67 Трансфертные 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, 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.

68 Ступенчатая цена – это:

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

69 Сезонная цена - это:

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

70 Постоянная цена – это:

- цена рассчитываемая поставщиком для каждого конкретного заказа.
- 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;
- цена, срок действия которой определен периодом времени года;
- цена, срок действия которой заранее не определен;

71 Цена производства – это:

- цена, которая складывается на рынке покупателя.
- 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;
- рыночная цена, указанная в оферте (официальном предложении продавца) без скидок;

72 Себестоимость возмещается:

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

73 Максимальная цена определяется:

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

74 Минимальная цена определяется:

- все ответы верны.
- уникальными достоинствами товара;

- издержками предприятия;
спросом и предложением;
конкурентоспособностью;

75 В состав себестоимости входят: (выделите неверное)

- все ответы верны.
элементы распределения чистого дохода;
зарботная плата;
стоимость средств производства;
- налоговые отчисления;

76 Затраты на упаковку, произведенные на складе готовой продукции, включаются:

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

77 К ценам внутреннего рынка в зависимости от сферы товарного обращения относятся: (выделите неверное)

- цены аукционов;
биржевые цены;
трансфертные цены.
- твердые и подвижные цены;
цены торгов;

78 Передача товара между подразделениями фирмы осуществляется по ценам:

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

79 Производственная себестоимость количественно отличается от цеховой на величинурасходов:

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

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

- цеховых;
общехозяйственных
прямых.
транспортных;
- коммерческих;

81 Элементом свободной оптовой отпускной цены товара являются:(выделите неверное)

- сбытовая наценка.
прибыль;
- торговая надбавка
себестоимость;

налог на добавленную стоимость;

82 Скидка «спонто» это:

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

83 Налоги, являющиеся, как правило, структурными элементами всех видов цен:

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

84 К регулируемым ценам относят: (выделите неверное)

- биржевые цены и цены торгов;
- предельные и фиксированные цены ;
- гарантированные и рекомендуемые цены;
- залоговые и пороговые (защитные) цены;
- лимитные цены.

85 Психологические аспекты ценообразования:

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

86 Цена «франко» зависит от:

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

87 Какой из перечисленных относится к косвенным налогам:

- НДС;
- подходный налог.
- налог на прибыль;
- налог на имущество;
- акциз;

88 Продукция строительства расценивается по следующим видам цен: (выделите неверное)

- сметной стоимости каждого объекта;
- сметной стоимости строительно-монтажных работ ;
- заказной цене.
- прейскурантной цене;
- договорной цене;

89 Цены на продукцию строительства выступают в форме: (выделите неверное)

- договорных цен на готовые строительные объекты;
- сметной стоимости строительно-монтажных работ ;
- контрактных цен на готовые строительные объекты под ключ;
- подрядных цен на строительно-монтажные работы;

90 Цена – брутто – это:

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

91 Цена – нетто – это:

- цена, определяемая на основе издержек производства с добавлением средней прибыли на весь авансированный капитал;
- 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 на месте купли – продажи;
- цена, устанавливаемая соответствующими органами управления;

92 К модификациям цен относятся:

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

93 С учетом фактора времени различают: (выделите неверное)

- дифференцированные цены.
- постоянные цены;
- сезонные цены;
- ступенчатые цены;
- временные цены;

94 В зависимости от вида рынка различают: (выделите неверное)

- трансфертные цены;
- мировые цены.
- цены товарных аукционов;
- биржевые котировки;
- цены торгов;

95 К публикуемым ценам относятся: (выделите неверное)

- цены аукционов;
- трансфертные внутрифирменные цены.
- цены фиксируемые в момент поставки;
- справочные цены;
- биржевые котировки;

96 По способу установления и фиксации различают следующие цены: (выделите неверное)

- твердые цены;
- подвижные цены;

скользящие цены;

- трансфертные внутрифирменные цены;
- цены фиксируемые в момент поставки.

97 Цена предложения – это:

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

98 Цена спроса – это:

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

99 К свободным ценам относятся: (выделите неверное)

- цена предложения;
- цена спроса;
- трансфертная цена;
- рыночная цена.
- цена производства;

100 Практическое осуществление метода определения цен, ориентированное на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка проходит в следующие этапы: (выделите неверное)

- на основе имеющейся функции спроса по цене фирма прорабатывает различные тактики продаж путем анализа различных комбинаций «цена – объем продаж» и выбирает ту, которая обеспечивает ей наибольшую сумму прибыли;
- фирма определяет возможный объем продаж, издержки производства, связанные с производством этого объема продукции, массу прибыли на основе принятого критерия, исчисляет цену единицы товара;
- в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических параметров выявляются параметры, оказывающие наибольшее воздействие на себестоимость и цену изделия;
- фирма производит оценку прочности своего товара на рынке, путем выявления его преимуществ или недостатков по технико-экономическим параметрам в сравнении с товарами-конкурентами;
- фирма прорабатывает различные комбинации «цена – объем продаж» с учетом уровня спроса и конкурентных факторов и выбирает ту комбинацию, которая обеспечивает фирме максимальную прибыль и вписывается в систему рыночных цен.

101 При методе структурной аналогии:

- определенным методом определяются абсолютные величины материальных затрат или заработной платы по новому изделию;
- все ответы верны.
- 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;
- на основе статистического материала по однотипной продукции определяется структура себестоимости;
- находится удельный вес материальных затрат и заработной платы в полной себестоимости продукции;

102 Решение задач методом корреляционно-регрессионного анализа включает в себя следующие этапы: (выделите неверное)

нахождение и статистическую оценку уравнения связей между результативным и факторными признаками на основе регрессионного анализа;

интерпретацию полученного уравнения.

- определение удельной цены на единицу основного параметра, а затем на ее основе определение цены нового изделия;
- статистическую оценку (обработку) исходной информации на предмет ее соответствия требованиям, предъявляемым к ней методом корреляционно-регрессионного анализа;
- экономическую постановку задачи и цель ее решения;

103 При методе целевого ценообразования: (выделите неверное)

- цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция.
- в формулу расширения (экспансии) вводится целевая прибыль, получаемая в вершинных точках между кривыми доходов и расходов;
- применяют расчет цены по формуле расширения (экспансии);
- определяется целевая цена в соответствии с целевой прибылью;
- ориентируются на такую цену, которая позволит получить запланированную прибыль на вложенный доход;

104 При методе ценообразования дохода на капитал: (выделите неверное)

- цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии);
- цена рассчитывается на основе затрат.
- цена рассчитывается как сумма себестоимости единицы продукции и отношения процента дохода на инвестируемый капитал к объему сбыта продукции;
- предприниматель устанавливает такую цену, которая позволит ему получить запланированный доход на капитал;
- ориентируются на издержки производства и обращения;

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

цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция;

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 рассчитывается как сумма себестоимости единицы продукции и отношения процента дохода на инвестируемый капитал к объему сбыта продукции;

106 При нормативном методе ценообразования:

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

107 При агрегатном методе ценообразования:

цена основывается на базе общественных отраслевых затрат и определяется на основе нормативной себестоимости, средней нормы прибыли и снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;

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 рассчитывается по формуле расширения (экспансии);

108 При методе затрат:

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.

цена рассчитывается по формуле расширения (экспансии);

цена нового изделия определяется суммированием себестоимости или цен отдельных конструктивных элементов, частей, узлов и деталей, из которых состоит конечная продукция;

- цена определяется как сумма себестоимости, прибыли, налоговых отчислений и снабженческо-сбытовых и торговых наценок;

109 Практическое осуществление метода удельных показателей ценообразования проходит в следующие этапы:

выбираются технико-экономические и потребительские параметры группы изделий и определяется число баллов по каждому выбранному параметру;

составляется балловая шкала по параметрам изделия в целом.

- определяется удельная цена на единицу основного параметра, а затем на ее основе определяется цена нового изделия;
- 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;

110 Практическое осуществление баллового метода ценообразования проходит в следующие этапы: (выделите неверное)

по общему числу баллов и их стоимостной оценке устанавливается цена нового изделия.

определяется общая сумма баллов по изделию в целом и составляется балловая шкала;

выбираются технико-экономические и потребительские параметры группы изделий и определяется число баллов по каждому выбранному параметру;

- определяется удельная цена на единицу основного параметра, а затем на ее основе определяется цена нового изделия;
- определяется стоимостная оценка каждого бала;

111 Применение баллового метода для обоснования цен предполагает наличие следующих условий: (выделите неверное)

все товары должны быть сопоставимы по технико-экономическим и потребительским параметрам.

товары, на которые следует установить цены, должны предназначаться для удовлетворения одинаковых потребностей;

- в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических параметров необходимо выявить параметры, оказывающие наибольшее воздействие на себестоимость и цену изделия;
- товары, составляющие определенную группу, должны иметь однородный технологический процесс изготовления;
- изделия данной группы должны обладать идентичностью конструктивного использования;

112 Применение метода регрессионного анализа для обоснования цен предполагает наличие следующих условий: (выделите неверное)

изделия должны быть четко классифицированы по соответствующим параметрическим группам;

с помощью ЭВМ необходимо рассчитать коэффициент регрессии и дать экономико-статистическую оценку.

- товары, на которые следует установить цены, должны предназначаться для удовлетворения одинаковых потребностей и иметь однородный технологический процесс изготовления;
- для каждой параметрической группы свойственна конкретная форма связи цены или себестоимости с параметрами, которую необходимо выявить;
- в каждой параметрической группе продукции из всех технико-экономических параметров необходимо выявить параметры, оказывающие наибольшее воздействие на себестоимость и цену изделия;

113 Удельные показатели – это:

- это сумма цен отдельных конструктивных элементов нового изделия;
- это показатели структурной аналогии 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;

114 При методе корреляционно- регрессионного анализа ориентируются:

- 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;
- на издержки производства и обращения;

115 Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции обусловлено:

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

116 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;

117 При альтернативном рыночном методе ценообразования ориентируются:

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

118 При методе удельных показателей ориентируются:

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

119 При балловом методе ценообразования ориентируются:

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

120 К альтернативным рыночным методам ценообразования относятся:

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

121 Затраты на упаковку, произведенные на складе готовой продукции, включены в:

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

122 Затратный подход к ценообразованию учитывает:

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

123 Определение цен с ориентацией на уровень конкуренции обусловлено: (выделите неверное)

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

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

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

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

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

126 Методы рыночного ценообразования:

- «издержки плюс»;
- все перечисленные.
- максимальное увеличение объема продаж;
- обеспечение выживаемости;
- максимизация прибыли;

127 К экономико-математическим моделям ценообразования относятся: (выделите неверное)

- прикладные модели;
- факторные модели.

динамические модели;
 статистические модели;
 теоретико-аналитические модели;

128 К экономико-математическим методам ценообразования относятся: (выделите неверное)

- балловый метод;
- статистическая теория игр;
- метод программирования
- балансовый метод;
- экспертные методы.

129 К параметрическим методам ценообразования относятся: (выделите неверное)

- балловый метод;
- метод удельных показателей;
- метод структурной аналогии.
- метод дохода на капитал;
- метод корреляционно-регрессионного анализа;

130 К затратным методам ценообразования относятся: (выделите неверное)

- метод агрегатный;
- метод дохода на капитал;
- метод целевого ценообразования.
- метод удельных показателей;
- метод нормативный;

131 Длительным периодом называется период, в котором:

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

132 Предельные издержки равны :

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

133 В соответствии с бухгалтерским подходом:

- все ответы верны;
- 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 на выпуск продукции определяются как стоимость израсходованных ресурсов в прогнозных ценах их приобретения;
- затраты на выпуск продукции определяются как стоимость израсходованных ресурсов в фактических ценах их приобретения;
- затраты, величина которых изменяется с изменением степени загрузки производственных мощностей постоянно;

134 В соответствии с экономическим подходом: (выделите неверное)

затраты включают в себя помимо себестоимости и те потери, которые связаны с отвлечением ограниченных ресурсов с других участков производства;

- затраты на выпуск продукции определяются как стоимость израсходованных ресурсов в фактических 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 на выпуск продукции определяются альтернативным методом;

135 Бухгалтерские издержки на производство и реализацию продукции: (выделите неверное)

- это затраты относимые на себестоимость продукции;
- формируются в соответствии с Положением о составе затрат на производство и реализацию продукции (работ и услуг), утвержденным правительством;
- включают материальные и трудовые затраты, отчисления на социальное страхование, амортизацию основных фондов и т.д.
- это затраты связанные с простым и расширенным воспроизводством;

136 Неявные альтернативные вмененные издержки это: (выделите неверное)

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

137 Предельными маржинальными издержками называются:

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

138 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;

139 Валовыми совокупными издержками производства называются: (выделите неверное)

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

140 Средние переменные издержки равняются:

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

141 Предпринимательские издержки на производство и реализацию продукции:

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

- это затраты связанные с простым и расширенным воспроизводством;

142 Издержки на производство и реализацию продукции это:

- все ответы верны.
это показатель необходимый для выработки эффективной предпринимательской политики;
это показатель необходимый для определения цены предложения;
важнейший внутрипроизводственный показатель;
расход всех факторов производства, выраженный в денежной форме;

143 Появление категории издержек производства предопределяется тем что:

- все ответы верны.
уровень себестоимости определяется общественно признанными затратами;
процесс производства есть одновременно и процесс производственного потребления;
стоимость отличается от категории себестоимости качественно;
существует двойственное толкование сущности себестоимости;

144 Стоимость отличается от себестоимости: (выделите неверное)

- в себестоимость не включаются непроизводительные затраты и потери;
себестоимость представляет собой текущие расходы предприятий на производство и реализацию продукции, а стоимость – результат хозяйственной деятельности;
стоимость включает в себя все затраты живого труда, а себестоимость – только ту часть живого труда, которая компенсируется заработной платой;
стоимость продукта определяется ОПЗТ, себестоимость определяется действительными реальными затратами на его производство;

145 Отдача от масштаба показывает:

- все перечисленное верно.
во сколько раз надо увеличить затраты одного ресурса, чтобы выпуск вырос в n раз;
степень увеличения выпуска при увеличении использования ресурсов в n раз;
изменение общих издержек зависит от закона убывающей отдачи.
степень увеличения выпуска при увеличении использования одного из ресурсов в n раз;

146 В долгосрочном периоде производства с увеличением объема выпуска фирмы:

- изменение издержек зависит от характера отдачи от масштаба;
издержки производства на единицу продукции неизменны;
издержки производства на единицу снижаются;
издержки производства на единицу продукции возрастают;

147 Производственная функция показывает:

- максимальное количество продукции, которое необходимо получить, используя данное сочетание факторов производства;
минимальное количество продукции, которое можно получить, используя данное сочетание факторов производства;
наиболее выгодный для фирмы выпуск при данных ценах на факторы производства;
какие затраты нужно осуществить для того, чтобы произвести тот или иной объем продукции;

148 Кривая долгосрочных средних издержек показывает:

- все ответы верны.
совокупные издержки производства в длительном периоде;
изменения в условиях формирования издержек;
дополнительные затраты, требуемые для производства дополнительной единицы продукции, когда все факторы являются переменными;
минимальные средние издержки производства, когда все факторы производства являются переменными;

149 Минимальное значение средних издержек определяется точкой:

- пересечения кривых предельных и средних издержек;
- пересечения средних и переменных издержек;
- пересечения кривых постоянных и переменных издержек;
- пересечения кривых совокупных и переменных издержек;

150 Издержки на производство и реализацию продукции представляют собой:

все ответы верны.

затраты, величина которых не меняется с изменением степени загрузки производственных мощностей;
денежное выражение части стоимости единицы товара;

- расход всех факторов производства, выраженный в денежной форме;
- затраты, величина которых изменяется с изменением степени загрузки производственных мощностей;

151 Для любого производителя, в условиях рынка главным, а иногда и единственным источником увеличения прибыли становится:

повышение рыночного предложения;

повышение цен на рынке;

- снижение издержек производства и потребления
- повышение конкурентоспособности продукции;

152 Под критической понимается: (выделите неверное)

- точка минимизации затрат;
- точка безубыточности;
- та точка объема производства, где нет ни прибыли, ни убытков;
- та точка объема производства, в которой затраты равны выручке от реализации всей продукции;

153 Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли называется:

анализом потребительского излишка.

- анализом критической точки;
- анализом условия минимизации затрат;
- анализом условия максимизации прибыли;
- производственной функцией;

154 Маржинальные издержки равняются:

разности общей суммы постоянных издержек и объема производства;

сумме общей суммы постоянных издержек и объема производства;

- отношению прироста общей суммы переменных издержек к приросту объема производства;
- произведению прироста общей суммы переменных издержек и прироста объема производства;

155 Переменные издержки это: (выделите неверное)

это затраты изменяющиеся пропорционально объему производства;

это затраты на практическое осуществление той деятельности, ради которой создано данное предприятие;

это затраты зависящие от изменения объема выпуска продукции;

- это издержки постоянных факторов производства;

156 Средние постоянные издержки равняются:

разности общей суммы постоянных издержек и объема производства;

сумме общей суммы постоянных издержек и объема производства;

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

157 Постоянные издержки это: (выделите неверное)

- затраты, зависящие от объема выпуска продукции в краткосрочном периоде;
это затраты на создание условий для конкретной деятельности;
это издержки постоянных факторов производства;
затраты, не зависящие от объема выпуска продукции в краткосрочном периоде;

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

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

159 В каком случае величина суммарной выручки TR превосходит суммарные издержки TC:

- $MR = MC$.
 $TR > TC$, когда $MR > MC$;
для этого необходимо, чтобы предельные издержки MC были ниже цены товара P;
это наблюдается, когда фирма имеет экономическую прибыль;
 $TR > TC$, когда цена товара ниже средних суммарных издержек;

160 Явные альтернативные вмененные издержки это:

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

161 Альтернативные вмененные издержки это:

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

162 Предпринимательские издержки включают в себя: (выделите неверное)

- потоварные налоги.
таможенные пошлины, НДС, акцизы;
нормальную предпринимательскую прибыль;
бухгалтерские издержки;
альтернативные вмененные издержки;

163 Определите, какое из ниже приведенных утверждений верно:

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

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

издержки, связанные с привлечением факторов производства;

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

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

- затраты на использование коммунальных услуг;
зарботная плата работников управления;
платы за аренду склада готовой продукции;
амортизация зданий и сооружений, охрана помещений
- затрат на топливо и энергию для технологических целей;

166 Факторы, вызывающие увеличение переменных издержек в краткосрочном периоде:

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

167 Чтобы найти постоянные затраты необходимо:

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

168 Себестоимость это - (выделите неверное):

- обособившаяся часть издержек производства;
реально существующая стоимостная категория;
модифицированная, преобразованная форма издержек производства;
показатель, отражающий эффективность использования ресурсов предприятия;

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

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

170 Снижение издержек производства и обращения это: (выделите неверное)

- источник оздоровления финансовой состоятельности предприятия;
источник повышения конкурентоспособности
своеобразный индикатор противозатратного механизма хозяйствования;
- источник снижения прибыли;

171 На формирование издержек производства и обращения оказывают влияние:

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

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

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

173 Снижение издержек производства способствует: (выделите неверное)

- повышению доходности предприятия;
снижению уровня прибыли;
снижению цен продукции;
повышению конкурентоспособности продукции;

174 Предельные издержки – это:

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

175 Какой из нижеперечисленных доходов называют предельным:

- доход, рассчитанный на единицу данной продукции;
выручка минус предельные издержки;
доход минус совокупные издержки.
выручку от реализации всей продукции;
приращение валового дохода от продажи дополнительной единицы продукции;

176 Ценообразующие факторы – это:

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

177 Внешние ценообразующие факторы – это: (выделите неверное)

- факторы не зависящие от деятельности самого предприятия;
факторы учитывающие изменение экономических и политических условий в стране и за ее пределами.
факторы зависящие от деятельности самого предприятия;
факторы учитывающие изменение общеэкономических пропорций;
макроэкономические факторы;

178 Внутренние ценообразующие факторы – это:

- факторы учитывающие изменение экономических и политических условий в стране и за ее пределами.
факторы зависящие от деятельности самого предприятия;
факторы учитывающие изменение общеэкономических пропорций;
макроэкономические факторы;
факторы не зависящие от деятельности самого предприятия;

179 В долгосрочном периоде производства с увеличением объема выпуска продукции фирмы:

издержки производства на единицу продукции возрастут;
 потребительский излишек растет;
 издержки производства на единицу продукции остаются неизменными;
 ● издержки производства на единицу продукции снижаются;
 все ответы верны.

180 Отдача от масштаба показывает:

- степень увеличения выпуска продукции при увеличении использования всех ресурсов в n раз;
 во сколько раз надо увеличить затраты одного ресурса, чтобы выпуск вырос в n раз;
 что, темпы роста общего продукта увеличиваются постоянно.
 уровень роста предельной полезности продукта;
 уровень потребительского излишка;

181 Если фирма имеет постоянную отдачу от масштаба, то кривая LAC:

- неизменна.
 возрастает;
 убывает;
 вертикальна;
 горизонтальна;

182 Линия роста в коротком периоде:

- отрезок прямой, проведенный перпендикулярно оси абсцисс;
 кривая соответствующая изменениям издержек.
 не может быть определена, так как один из факторов производства не может быть изменен;
 луч, проведенный из начала координат;
 отрезок прямой, проведенный параллельно оси абсцисс;

183 Чем объясняется U-образная форма кривых средних долгосрочных издержек

- действием эффекта масштаба.
 все верно.
 размерами предприятия.
 действием закона уменьшающейся отдачи.
 заданная кривая, в зависимости от запланируемых издержек производства;

184 Методы калькулирования себестоимости: (выделите неверное)

- метод «директ-костинг»;
 метод структурной аналогии.
 метод «маржинал-костинг»;
 метод полных издержек;
 метод «стандарт-кост»;

185 Для вычисления критической точки используются: (выделите неверное)

- метод графического изображения
 метод маржинальной прибыли;
 метод уравнения;
 метод экспертных оценок;

186 График средних валовых совокупных издержек производства представляет собой:

- прямую линию;
 ломанную кривую;
 параболу;
 гиперболу;

187 В условиях рынка с целью ценообразования все издержки классифицируются на: (выделите неверное)

- дифференцированные.
совокупные, валовые
переменные:
постоянные;
предельные, маржинальные

188 Бухгалтерские издержки не учитывают:

- все ответы верны;
затраты, представленные в виде платежей за приобретаемые ресурсы;
- неявные вмененные издержки;
явные вмененные издержки;

189 Альтернативные вмененные издержки бывают:

- явные;
внутренние;
внешние;
неявные;
- все ответы верны.

190 В практике ценообразования на предприятии в условиях рынка принято различать:

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

191 Основная цель рыночного анализа затрат:

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

192 Исходя из экономической теории существуют следующие подходы к определению и исчислению затрат: (выделите неверное)

- ценностной подход;
альтернативный подход;
экономический подход;
бухгалтерский подход;

193 Стоимость в отличие от себестоимости это:

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

194 Издержки производства хозяйственного объекта, получившие денежную форму выражения называются:

- оптовой ценой;

- себестоимостью;
издержками обращения;
стоимостью;

195 При увеличении выпуска продукции в долгосрочной перспективе уменьшаются:

- ATC
AVC;
VC;
TC;
FC.

196 При любом данном объеме выпуска общие издержки равны:

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

197 Постоянные издержки – это:

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

198 Какие из нижеперечисленных факторов оказывают непосредственное влияние на величину предельных издержек:

- все перечисленные.
средние постоянные издержки;
переменные издержки;
общие издержки;
постоянные издержки;

199 К важнейшим факторам производства относят:

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

200 Неявные затраты - это:

- все перечисленное верно
бухгалтерские затраты;
затраты ресурсов, принадлежащих собственнику – как юридическому лицу;
затраты, изменяющиеся при изменении объема производства;
затраты, не изменяющиеся при изменении объема производства;

201 Предельные издержки могут быть определены как:

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

$$MC = \Delta VC / Q.$$

202 Общие затраты на производство продукции определяются как:

- MC + VC;
- AVC + ATC;
- TC – FC;
- ATC – AVC.
- FC + VC;

203 Издержки производства как элемент цены предопределяют:

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

204 Затраты, зависимые от объема выпускаемой продукции:

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

205 Средние издержки – это:

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

206 От объема производства продукции не зависят:

- AVC.
- ATC;
- AFC;
- FC
- TC;

207 Предельный доход - это:

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

208 Что входит в понятие факторы производства:

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

209 К экономическим факторам относятся: (выделите неверное)

- местоположение предприятия.
состояние кредитно-денежной системы и процентные ставки по кредитам банка;
виды и ставки налоговых платежей, входящих в издержки обращения;
уровень и темпы инфляции;
размер минимальной заработной платы;

210 К рыночным факторам относятся: (выделите неверное)

- тип рынка продавца или покупателя;
- виды и ставки налоговых платежей, входящих в издержки обращения;
тип товарно-отраслевого рынка;
тип конкуренции на рынке;
этап жизненного цикла товара на рынке.

211 К географическим факторам относятся:

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

212 К внутренним ценообразующим факторам относятся:

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

213 Внешние ценообразующие факторы классифицируются на:

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

214 Внешние ценообразующие факторы – это: (выделите неверное)

- мобильность производства и организация сервиса.
совершенство налогового законодательства;
наличие и уровень конкуренции;
характер спроса;
внешнеэкономическая политика государства;

215 Внешние ценообразующие факторы – это: (выделите неверное)

- общий уровень инфляции.
обеспеченность основными ресурсами на уровне экономики в целом;
- рекламная деятельность
политическая стабильность в стране;
масштабы государственного регулирования экономики и цен;

216 Внутренние ценообразующие факторы – это: (выделите неверное)

- имидж предприятия на рынке.
мобильность производства и организация сервиса;
жизненный цикл товара;

- масштабы государственного регулирования экономики и цен;
длительность цикла товародвижения;

217 Внутренние ценообразующие факторы – это: (выделите неверное)

- рекламная деятельность.
- совершенство налогового законодательства;
ориентация на рыночные сегменты;
вид и способ производства;
особые свойства товара;

218 Ценообразующие факторы классифицируются на: (выделите неверное)

- доходные.
- затратные;
- внешние;
- внутренние;
- потребительские;

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

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

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

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

221 Коэффициент перекрестной взаимной эластичности спроса вычисляется как:

- отношение удельного прироста объемов продаж одного товара на удельный прирост цен другого товара;
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;

222 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;

223 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;

224 Эластичность спроса по доходу показывает:

- уровень покупательской способности потребителя.
- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте;
- 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;
- на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на один процент;

225 Ценовая эластичность показывает:

- желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях.
- 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;
- на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на один процент;

226 Эластичность — это:

- мера реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой величины;
- 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;

227 Объем предложения — это:

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

228 Предложение — это:

- желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте.
- 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;
- уровень покупательской способности потребителя;
- желание и возможности продавца предложить покупателю товар или услугу при данных условиях;

229 Объем спроса — это:

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

то количество товаров или услуг, которое продавцы могут и желают предложить покупателю в определенное время и в определенном месте;

230 Спрос – это:

- 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.
- желание потребителя купить товар или услугу в определенном месте;

231 Равновесие рынка считается неустойчивым, если:

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

232 Равновесие рынка считается устойчивым, если:

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

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

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

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

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

235 Перекрестная эластичность спроса по цене характеризует изменение:

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

236 В зависимости от величины коэффициента ценовой эластичности спроса различают: (выделите неверное)

- абсолютно неэластичный спрос, при $E_d = 0$;
- неэластичный спрос, при $E_d < 1$;
- спрос единичной эластичности, при $E_d = 0$;
- эластичный спрос, при $E_d > 1$;
- абсолютно эластичный спрос, при $E_d \infty$.

237 В случае изменения всех факторов, влияющих на предложение, кроме цены предложения товара (P_x), при прочих равных условиях это означает:

- изменение покупательской способности.
- изменение эластичности предложения;
- изменение самого спроса на него;
- изменение объема его предложения;
- изменение самого предложения;

238 Если изменяется цена предложения товара (P_x), а остальные факторы, воздействующие на предложение остаются неизменными, то при прочих равных условиях это означает:

- все ответы верны.
- изменение покупательской способности;
- изменение объема спроса на него;
- изменение объема его предложения;
- изменение самого предложения;

239 В случае изменения всех факторов, влияющих на спрос, кроме цены спроса товара (P_x), при прочих равных условиях это означает:

- изменение покупательской способности.
- изменение объема предложения на него;
- изменение самого спроса на него;
- изменение эластичности спроса;
- изменение объема спроса на него;

240 Если изменяется цена спроса товара (P_x), а остальные факторы, воздействующие на спрос остаются неизменными, то при прочих равных условиях это означает:

- все ответы верны.
- изменение эластичности спроса;
- изменение объема спроса на него;
- изменение объема предложения на него
- изменение самого спроса на него;

241 Кривая предложения показывает, что:

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

242 Закон спроса показывает, что:

- между ценой товара и его количеством нет никакой зависимости.
- цена спроса на рынке зависит от цены предложения;
- цена товара на рынке зависит от уровня эластичности спроса;

- между ценой товара и количеством спроса на него устанавливается прямо пропорциональная зависимость;
- между ценой товара и количеством спроса на него устанавливается обратно пропорциональная зависимость;

243 В паутинообразной модели стабильного равновесия эластичность спроса и предложения:

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

244 Обычно избыток спроса:

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

245 Обычно избыток предложения:

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

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

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

247 Если на рынке существует избыточное предложение товара, то причиной этого является то, что: (выделите неверное)

- цена товара значительно превышает цену спроса.
- товар является низкосортным;
- цена товара значительно ниже равновесной цены;
- цена товара значительно превышает равновесную цену;
- объем предложения превышает объем спроса;

248 Причина изменения объема предложения: (выделите неверное)

- изменение уровня технологии производства.
- изменение платы за производственные ресурсы;
- изменение потребительских ожиданий;
- изменение цен товаров конкурентов;
- изменение уровня налогов и дотаций;

249 Причина изменения объема спроса: (выделите неверное)

- изменение объема предложения.
- изменение потребительских ожиданий;
- уменьшение дохода потребителя;
- изменение цен замещающих товаров;
- изменение цены спроса товара;

250 Объем предложения на товар или услугу зависит от следующих факторов: (выделите неверное)

- цены предложения товара и услуги.
- количества продавцов на рынке;
- платы за производственные ресурсы;
- цен товаров конкурентов;
- уровня благосостояния или покупательской способности населения;

251 Объем предложения на товар или услугу зависит от следующих факторов: (выделите неверное)

- уровня дотаций.
- потребительских ожиданий;
- уровня технологии производства;
- цены предложения товара и услуги;
- уровня налогов;

252 Объем спроса на товар или услугу зависит от следующих факторов: (выделите неверное)

- уровня налогов и дотаций.
- сезонности потребности;
- потребительских ожиданий;
- цены спроса товара и услуги;
- количества покупателей на рынке;

253 Объем спроса на товар или услугу зависит от следующих факторов: (выделите неверное)

- вкусов и предпочтений покупателей.
- уровня благосостояния или покупательской способности населения;
- доходов покупателя;
- цен товаров заменителей;
- платы за производственные ресурсы

254 Рыночная равновесная цена это -

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

255 Количественная теории полезности:

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

256 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 объединяют множество равнополезных, равноценных с точки зрения конкретного потребителя, наборов благ.
- кривые безразличия имеют отрицательный наклон;
- кривые безразличия никогда не пересекаются
- кривые безразличия имеют положительный наклон.

257 Линия предельной полезности имеет:

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

258 Линия общей полезности имеет:

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

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

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

260 Кривые безразличия – это кривые:

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

261 В условиях неизменности номинальных доходов потребителей происходит переход потребительского спроса на другие виды услуг. Такое влияние на объем спроса и цены называется:

- эффект дохода;
- эффект полезности
- эффект масштаба;
- эффект замещения
- эффект прибыли;

262 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);

263 Для товаров низшей категории эффект дохода и эффект замены:

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

264 Эффект замены – это: (выделите неверное)

- изменения соотношения цен приводит к смещению спроса с одних товаров на другие;

- влияние изменения цены какого-либо товара на объем спроса посредством изменения покупательной способности или реального дохода потребителя;
изменения соотношения цен приводит к смещению спроса с относительно дорогих товаров на относительно дешевые;
- влияние изменения цены какого-либо товара на объем его спроса посредством изменения соотношения цен;

265 Какая из этих аксиом не является аксиомой порядкового (ординалистского) подхода к анализу полезности и спроса –

- аксиома ненасыщения.
- аксиома независимости потребителя
- аксиома полной упорядоченности;
- аксиома не обеспеченности
- аксиома транзитивности;

266 Предельный продукт МР – это:

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

267 Предельная полезность характеризует:

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

268 По А. Маршаллу стоимость и цену блага определяют:

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

269 План потребления индивидуум формирует ориентируясь:

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

270 Излишек потребителя – это:

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

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

меняет угол наклона кривой бюджетного ограничения в меньшую сторону.

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

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

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

273 Каким образом изменение цен влияет на кривую бюджетного ограничения:

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

274 Условие оптимума потребителя это:

- все верно.
- соотношение, в котором потребитель согласен замещать один товар другим с целью предельной полезности;
- соотношение, в котором потребитель при изменениях цен на потребляемые товары способен замещать один товар другим;
- точка касания кривых равного количества потребления и денежных расходов на потребление;
- 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;

275 Если с увеличением дохода при прочих равных условиях потребитель сокращает объем приобретения товара А, то можно заключить, что:

- это товар с убывающим спросом
- потребитель действует нерационально;
- этот товар для потребителя является нормальным товаром;
- этот товар для потребителя является товаром низкой категории;
- такие ситуации экономическая теория рассматривает как модификацию

276 Индивидуальная кривая Энгеля выражает:

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

277 Смысл бюджетного ограничения сводится к следующему:

- все ответы верны.
- убывание предельной нормы замены имеет в принципе тот же смысл, что и убывание предельной полезности в количественной теории;
- расходы потребителя на приобретение товаров X и Y не могут превышать его дохода;

в условиях неизменности номинальных доходов потребителей происходит переход потребительского спроса на другие виды услуг;
 каким количеством блага Y следует поступиться ради увеличения в наборе блага X на единицу при условии сохранения полезности набора на прежнем уровне;

278 Закон убывающей предельной полезности состоит в том, что:

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

279 Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

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

280 Кривые безразличия не обладают следующими свойствами:

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

281 Эффект дохода – это: (выделите неверное)

- влияние изменения цены какого-либо товара на объем спроса посредством изменения реального дохода потребителя;
- влияние изменения цены какого-либо товара на объем его спроса посредством изменения соотношения цен, приводящего к смещению спроса с одних товаров на другие;
- когда рост или снижение реального дохода индивидуума в результате изменения цены данного товара приводит к росту или снижению спроса на этот и на другие товары;
- влияние изменения цены какого-либо товара на объем спроса посредством изменения покупательной способности;

282 Аксиома независимости потребителя:

- все ответы верны.
- 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;
- 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 $B \sim C \Rightarrow A \sim C$);
- 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 ($A > B$, $A \sim B$);

283 Аксиома ненасыщения:

все ответы верны.
 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; 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 $A - B$ и $B - C \Rightarrow A - C$); 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 ($A > B$, $A - B$);

284 Аксиома транзитивности:

- все ответы верны.
- 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 $A - B$ и $B - C \Rightarrow A - C$); 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 ($A > B$, $A - B$); 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;

285 Аксиома полной упорядоченности:

- все ответы верны.
- 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; 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 $A - B$ и $B - C \Rightarrow A - C$);
- 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 ($A > B$, $A - B$);

286 Потребительский излишек это:

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

287 Кривая безразличия:

- все ответы верны.
- линия показывающая зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);
- линия показывающая зависимость нулевого потребительского излишка от совокупной полезности конкретного блага; 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);
- объединяет множество равноценных с точки зрения конкретного потребителя наборов благ;

288 Линия нулевого потребительского излишка – это:

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

линия показывающая зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);

289 Линия индивидуального спроса выражает:

все ответы верны.

зависимость нулевого потребительского излишка от совокупной полезности конкретного блага;

зависимость общей полезности определенного блага от общих затрат на его покупку (ТС);

зависимость объема предложения определенного блага конкретному индивидууму от уровня его цены (P);

- зависимость объема спроса конкретного индивидуума на определенное благо (QD) от уровня его цены (P);

290 Второй 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.

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;

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;

291 Первый закон Госсена утверждает:

все устремления потребителя, в конечном счете, направлены на максимизацию суммарной полезности, которую он извлекает при потреблении различных благ, предусмотренных его планом потребления.

чем больше полезность вещи, тем как правило выше ее цена;

- 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;
- свой план потребления потребитель формирует, ориентируясь на его вкусы и предпочтения, а также на свою покупательскую способность, на свой доход и уровни рыночных цен;
- 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;

292 Точка полного насыщения конкретной потребности:

зависит от предельной полезности потребляемых благ.

зависит от покупательской способности потребителя;

- обладает значительной стабильностью, остается неподвижной до тех пор, пока не изменятся вкусы и предпочтения потребителя;

имеет нестабильное положение;

зависит от максимальной пользы, получаемой потребителем от потребления конкретного набора благ;

293 Второй закон Госсена можно выразить следующим образом:

$$TU_i = \sum MU_{ij}.$$

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

$$TU_i = f(Q_i + 1) - f(Q_i);$$

$$MU_a / MU_b = P_a / P_b = \lambda;$$

$$MU_i = \Delta TU_i / \Delta Q_i;$$

294 Совокупную полезность потребляемых благ можно определить следующим образом:

все ответы верны.

определив прирост общей полезности конкретного блага в результате увеличения его потребления на одну единицу;

определив максимальную полезность, которую потребитель может извлечь из своего дохода;

- просуммировав полезность некоторого количества единиц определенного блага;
- просуммировав общие полезности всех видов благ, потребляемых конкретным индивидуумом в единицу времени;

295 Общая полезность характеризует:

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

296 Ординалистский подход к анализу полезности и спроса предполагает:

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

297 Кардиналистский подход к анализу полезности и спроса предполагает:

- количественную оценку уровня максимальной предельной полезности каждого из потребляемых потребителем благ;
- отбор благ на основе количественной оценки уровня полезности каждого из потребляемых потребителем благ;
- 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 набором благ при сравнении их с другими наборами;

298 Все стремления индивидуума, в конечном счете, направлены на:

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

299 Важнейший принцип потребительского поведения и спроса потребителя:

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

300 Теория потребительского поведения и спроса изучает:

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

301 Стратегия «нейтрального ценообразования» означает:

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

302 Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

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

303 Политика жизненного цикла товара предполагает учет в ценообразовании следующих факторов:

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

304 Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

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

305 На стадии «зрелости» жизненного цикла товара: (выделите неверное)

- часть фирм переходит на создание нового продукта.
- производится модифицирование товара;
- рынок насыщается продуктами;
- на рынке появляется наиболее чувствительная к цене группа потребителей;
- ослабевают конкуренция за счет отсева не выдерживающих ее фирм с высокими затратами на производство;

306 На стадии «роста» жизненного цикла товара: (выделите неверное)

- увеличивается чувствительность потребителей к цене.
- цена высокая, но ниже, чем на предыдущей фазе и должна точно соответствовать тому качеству потребительской ценности, которого ждет покупатель;
- возрастает информированность потребителя о товаре;
- продукт впервые сталкивается со своими конкурентами;
- ослабевают конкуренция за счет отсева не выдерживающих ее фирм с высокими затратами на производство;

307 Тактические аспекты ценовой политики:

- все ответы верны
- 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;
- содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;
- направлены на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;

308 Стратегические аспекты ценовой политики: (выделите неверное)

направлены на установление диспропорций, которые возникают в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;
 направлены на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг в соответствии с целями и задачами общей стратегии фирмы;
 направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы;
 содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;

- включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера;

309 Стратегия ценообразования это –

все ответы верны.

общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;
 комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;

- нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
 набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;

310 Под политикой цен понимаются:

все ответы верны.

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

311 Основные характеристики стадии разработки и вступления товара на рынок: (выделите неверное)

цена максимально высокая.

цена является показателем качества товара;

отсутствие фактических конкурентов;

значительные научно-исследовательские, опытно-конструкторские и производственные затраты;

- падает уровень спроса;

312 Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

стратегия ориентации на конкурента.

стратегии следования за лидером;

- стратегии премиального ценообразования;
 стратегии проникновения на рынок;
 стратегии справедливого ценообразования;

313 Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

стратегии низких цен.

стратегии следования за лидером;

- стратегии нейтрального ценообразования;
 стратегии проникновения на рынок;
 стратегии справедливого ценообразования;

314 Стратегия «связанного ценообразования»:

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

315 Различают следующие стратегии цен: (выделите неверное) –

- стратегия высоких и низких цен;
- стратегия целевых цен и «связанного» ценообразования;
- стратегия подавления конкурента
- стратегия средних и льготных цен;
- стратегия «следования за лидером».

316 Ценовые стратегии являются:

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

317 Увеличить прибыль за счет установления максимально высоких цен возможно:

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

318 Стратегия, при которой цены устанавливаются на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью:

- стратегия удельного выигрыша.
- стратегия премиального ценообразования;
- стратегия скорейшего возврата средств;
- стратегия ценового прорыва;
- стратегия эффекта цены;

319 Процесс разработки ценовой стратегии включает:

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

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

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

321 Каждый товар проходит следующие стадии жизненного цикла: (выделите неверное) –

- стадия «зрелости продукта» и насыщения.
- стадия ценового прорыва
- стадия роста;
- стадия падения
- стадия разработки и вступления товара на рынок;

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

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

323 Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

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

324 Стратегия «ценового прорыва» относится к стратегии ценообразования:

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

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

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

326 Этапы разработки ценовой стратегии:

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

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

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

328 Цель –«дальнейшее существование» – ставится фирмами при условии, когда: (выделите неверное)

- резко снижается спрос покупателей;
- имеются избыточные производственные мощности;
- необходима смена ассортиментной политики фирмы.
- покупатели готовы приобрести новый товар по более высокой цене;
- наблюдается сильная конкуренция на рынке;

329 Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

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

330 Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

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

331 Психологические аспекты ценообразования это:

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

332 Долгосрочной целью фирмы является: (выделите неверное)

- максимальное увеличение сбыта.
- максимизация прибыли;
- максимизация оборота;
- проникновение на новые рынки сбыта;
- совершенствование ассортиментной политики;

333 Краткосрочной целью фирмы является: (выделите неверное) –

- максимизация прибыли;
- максимальное увеличение сбыта;
- снятие сливок с рынка.
- дальнейшее существование фирмы;
- максимизация оборота;

334 Основные цели ценовой политики: (выделите неверное)

- краткосрочная максимизация прибыли и оборота;
- дальнейшее существование фирмы;
- «снятие сливок» и лидерство в качестве.
- «связанное» ценообразование и следование за лидером;
- максимальное увеличение сбыта;

335 Политика жизненного цикла товара предполагает учет в ценообразовании следующих факторов:

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

336 На стадии «роста» жизненного цикла товара: (выделите неверное)

- увеличивается чувствительность потребителей к цене.
- цена высокая, но ниже, чем на предыдущей фазе и должна точно соответствовать тому качеству потребительской ценности, которого ждет покупатель;

возрастает информированность потребителя о товаре;
 продукт впервые сталкивается со своими конкурентами;

- ослабевает конкуренция за счет отсева не выдерживающих ее фирм с высокими затратами на производство;

337 На стадии «зрелости» жизненного цикла товара: (выделите неверное)

рынок насыщается продуктами;
 возрастает информированность потребителя о товаре;
 ослабевает конкуренция за счет отсева не выдерживающих ее фирм с высокими затратами на производство;
 часть фирм переходит на создание нового продукта.
 продукт впервые сталкивается со своими конкурентами;

- производится модифицирование товара;
 цена высокая, но ниже, чем на предыдущей фазе и должна точно соответствовать тому качеству потребительской ценности, которого ждет покупатель;
- ослабевает конкуренция за счет отсева не выдерживающих ее фирм с высокими затратами на производство;
 на рынке появляется наиболее чувствительная к цене группа потребителей;

338 Различают следующие стратегии цен: (выделите неверное) –

стратегия «следования за лидером».

- стратегия подавления конкурента;
 стратегия средних и льготных цен;
 стратегия высоких и низких цен;
 стратегия целевых цен и «связанного» ценообразования;

339 Ценовые стратегии являются –

регулятором рыночных отношений.

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

340 Тактические аспекты ценовой политики –

все ответы верны

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;
 содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;
 направлены на установление деформации, которая возникает в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;

341 Стратегические аспекты ценовой политики –(выделите неверное)

направлены на установление диспропорций, которые возникают в деятельности производственных подразделений и товаропроизводящей сети;

направлены на поддержание конкурентоспособности производимых товаров и услуг в соответствии с целями и задачами общей стратегии фирмы;

направлены на регулирование деятельности всей производственной и товаропроизводящей сети фирмы;

- содержат в себе долговременные мероприятия по установлению и изменению цен;
 включают в себя мероприятия краткосрочного и разового характера;

342 Основные характеристики стадии разработки и вступления товара на рынок: (выделите неверное)

цена максимально высокая.

цена является показателем качества товара;

отсутствие фактических конкурентов;

значительные научно-исследовательские, опытно-конструкторские и производственные затраты;

- падает уровень спроса;

343 Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

стратегии низких цен.

стратегии следования за лидером;

- стратегии нейтрального ценообразования;
- стратегии проникновения на рынок;
- стратегии справедливого ценообразования;

344 Стратегия связанного ценообразования:

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

345 Стратегия «нейтрального ценообразования» означает:

установление цен с учетом полезности товара.

установление цен на уровне полных издержек производства;

установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;

- установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- установление цен с ориентацией на спрос в отрасли;

346 Увеличить прибыль за счет установления максимально высоких цен возможно:

при монополистической конкуренции.

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

347 Стратегия, при которой цены устанавливаются на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью:

стратегия удельного выигрыша.

стратегия премиального ценообразования;

стратегия скорейшего возврата средств;

- стратегия ценового прорыва;
- стратегия эффекта цены;

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

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

349 Стратегия ценообразования это —

все ответы верны.

общие цели, которых предприятие собирается достичь с помощью цен на свою продукцию;

комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;

- нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
- набор практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием;

350 Под политикой цен понимаются:

- 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.
- нормативно – правовые рекомендации по формированию ценовой стратегии;
- комплекс мероприятий краткосрочного и долгосрочного характера по проведению концепции ценообразования;

351 Что не соответствует стадии зрелости жизненного цикла изделия?

- конкуренция ослабевает;
- затраты растут;
- падает спрос.
- производится модифицирование товара;
- фирмы предпочитают не манипулировать ценами;

352 На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:

- конкуренция отсутствует;
- затраты растут;
- все верно.
- возможно применение стратегии и высоких цен, и средних, и низких цен;
- потребители не чувствительны к изменению цены;

353 Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

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

354 Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется при:

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

355 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;

356 Каждый товар проходит следующие стадии жизненного цикла: (выделите неверное) –

- стадия падения;
- стадия разработки и вступления товара на рынок;
- стадия «зрелости продукта» и насыщения.
- стадия ценового прорыва;

стадия роста;

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

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

358 Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:

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

359 Стратегия «ценового прорыва» относится к стратегии ценообразования:

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

360 Процесс разработки ценовой стратегии включает:

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

361 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;

362 Этапы разработки ценовой стратегии:

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

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

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

цены конкурентов;

364 Цель –«дальнейшее существование» – ставится фирмами при условии, когда: (выделите неверное)

- покупатели готовы приобрести новый товар по более высокой цене;
резко снижается спрос покупателей;
имеются избыточные производственные мощности;
необходима смена ассортиментной политики фирмы.
наблюдается сильная конкуренция на рынке;

365 Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

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

366 Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

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

367 Психологические аспекты ценообразования это:

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

368 Долгосрочной целью фирмы является: (выделите неверное)

- максимизация прибыли;
максимальное увеличение сбыта.
проникновение на новые рынки сбыта;
максимизация оборота;
совершенствование ассортиментной политики;

369 Краткосрочной целью фирмы является: (выделите неверное) –

- максимизация прибыли;
- максимальное увеличение сбыта;
«снятие сливок» с рынка.
дальнейшее существование фирмы;
максимизация оборота;

370 Основные цели ценовой политики: (выделите неверное) -

- «связанное» ценообразование и следование за лидером;
краткосрочная максимизация прибыли и оборота;
максимальное увеличение сбыта;
«снятие сливок» и лидерство в качестве.
дальнейшее существование фирмы;

371 Дефляция – это:

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

372 Какие из них относятся к косвенным методам регулирования цен: (выделите неверное)

- регулирование цен при непосредственном участии государства в сфере производства и обращения товаров;
- регулирование цен через финансово-кредитную, налоговую и валютную политику.
- регулирование цен путем воздействия на баланс спроса и предложения товарных рынков;
- манипулирование антимонополистическим законодательством;
- политика доходов;

373 Формы регулирования цен: (выделите неверное)

- регулирование цен при непосредственном участии государства в сфере производства и обращения товаров;
- регулирование цен при непосредственном участии субъектов рынка.
- политика доходов;
- регулирование цен путем воздействия на баланс спроса и предложения товарных рынков;
- манипулирование антимонополистическим законодательством;

374 Сущность государственного регулирования цен заключается в следующем: (выделите неверное)

- государственное регулирование цен носит антиинфляционный характер;
- государственное регулирование цен является попыткой государства с помощью законодательных, административных и бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на цены;
- государственное регулирование цен носит антикризисный характер;
- государственное регулирование цен носит антидепресссионный характер;
- государственное регулирование цен носит антидиверсификационный характер.

375 Первый антимонопольный закон был принят в:

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

376 Какие мероприятия относятся к прямому вмешательству государства в процесс ценообразования:

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

377 К прямым административным формам регулирования цен относятся:

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

378 Что произойдет, если государство введет низший предел цен на некоторый товар на уровне выше равновесного:

- возникнет дефицит товара.
- равновесная цена поднимется до этого уровня;
- предложение данного товара уменьшится;
- будет ощущаться нехватка данного товара;
- возникнет избыток данного товара;

379 Замораживание цен эффективно:

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

380 Какая страна имеет высокий уровень регулируемых со стороны государства цен , обеспечивающее ее экономике социальную ориентацию:

- Австрия;
- США;
- Франция;
- Швеция;
- Великобритания.

381 Показателем монопольной власти является:

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

382 К «естественным» монополистам относятся: (выделите неверное)

- бытовое обслуживание;
- железные дороги;
- коммунальные службы;
- телефонные компании;
- поставщики природного газа и электричества.

383 Последствия введения государством цен поддержки в сельском хозяйстве на уровне выше равновесных: (выделите неверное)

- увеличится налогообложение потребителей.
- увеличатся доходы фермеров;
- потребители сельскохозяйственной продукции пострадают;
- общество в целом пострадает;
- образуется дефицит продукции на рынке;

384 Что произойдет, если государство введет верхний предел цен на некоторый товар на уровне ниже равновесного:

- возникнет избыток данного товара;
- равновесная цена поднимется до этого уровня;
- уменьшится спрос на этот товар;
- предложение данного товара увеличится;
- возникнет дефицит товара.

385 По темпам роста цен принято различать: (выделите неверное)

- скользящую инфляцию;
ползучую инфляцию;
умеренную инфляцию.
гиперинфляцию;
галопирующую инфляцию;

386 Открытая инфляция порождается тем: (выделите неверное)

- что государство не контролирует рост цен;
что на рынке наблюдается избыточный спрос;
- что государство сдерживает рост цен.
фирмы не увеличивают производство товаров и услуг;
что наблюдается общее повышение товарных цен;

387 Подпольная инфляция имеет место в случаях:

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

388 Инфляция: (выделите неверное)

- есть превышение количества бумажных денег, находящихся в обращении, над суммой товарных цен;
отражает перераспределение национального дохода между странами, осуществляемое через механизм изменения цен;
выражает общий рост цен.
- это передача государственных функций в управлении рыночными процессами непосредственно фирмам;
отражает перераспределение национального дохода между сферами общественного воспроизводства, отраслями и регионами народного хозяйства, между социальными группами;

389 Норматив потребления коммунальных услуг —

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

390 На механизм формирования цен большое влияние оказывают:

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

391 . К административным формам регулирования цен относятся:

- политика доходов.
- установление фиксированных цен и тарифов;
таможенно-тарифное регулирование;
налоговое регулирование;
установление пределов возможного изменения кредитных ставок;

392 Государственное регулирование цен необходимо:

для защиты интересов олигополистов.

- для решения задач социальной политики государства;
- для регулирования внешнеэкономических связей;
- для стабилизации экономического развития;
- для реализации денежно-кредитной политики государства;

393 Косвенные методы регулирования цен осуществляются: (выделите неверное)

- через регулирование государственных расходов
- через регулирование денежного обращения и кредита;
- через налогово-бюджетный механизм;
- через механизм хеджирования;
- через политику государственных инвестиций;

394 Прямое регулирование цен осуществляется: (выделите неверное)

- на коммунально-жилищные услуги.
- на транспорте и в связи;
- в электроэнергетике;
- в отраслях общественного пользования;
- в бытовом обслуживании;

395 Основным направлением деятельности антимонопольных органов является: (выделите неверное)

- перераспределение национального дохода между сферами общественного воспроизводства, отраслями и регионами народного хозяйства.
- уменьшить возможности монополистической ценовой дискриминации.
- противодействовать монополистической фиксации цен в результате тайных соглашений между фирмами отрасли;
- препятствовать слиянию фирм, носящим монопольный характер;
- препятствовать поглощению фирм, носящим монопольный характер;

396 Антимонопольное законодательство представляет собой:

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

397 Концепция паритета предполагает, что: (выделите неверное)

- увеличится перераспределение национального дохода между сферами общественного воспроизводства, отраслями и регионами народного хозяйства.
- соотношение между ценами на продукцию фермеров и ценами на товары и услуги, которые потребляют фермеры, должно оставаться постоянным;
- данный реальный объем производства должен всегда в результате давать один и тот же реальный доход;
- каждый год, данный объем производства сельскохозяйственных продуктов должен позволить фермеру получить данное общее количество товаров и услуг;
- индекс паритета равен отношению цен на продукцию фермеров к ценам на товары, приобретаемые фермерами;

398 Индекс паритета равен:

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

399 Инфляция – это: (выделите неверное)

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

400 Саморегулирование означает:

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

401 Нормативы потребления коммунальных услуг:

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

402 При определении норматива потребления коммунальных услуг учитываются:

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

403 Согласно методике о государственном регулировании цен на услуги связи:

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

404 Особенности регулирования цен на сельскохозяйственную продукцию: (выделите неверное)

- центральную роль играют государственные закупки сельскохозяйственной продукции для проведения ее интервенционных продаж с учетом изменения конъюнктуры цен на мировом рынке.
- объем государственных закупок для удовлетворения внутренних нужд проводится по ценам, устанавливаемым в контрактных соглашениях с учетом динамики рыночных цен;
- прямое дотирование сельскохозяйственных предприятий практически не проводится;
- в современных условиях регулирование цен в сельском хозяйстве осуществляется на основе использования рыночного механизма;
- с учетом дифференциации цен по регионам отношение к интервенционным закупкам разное;

405 Государственное регулирование цен в странах с рыночной экономикой является:

фиксацией цен.

- 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;
- мерой контроля;
- инструментом обеспечения такого соотношения монополии и конкуренции, которое не приводит к разрушительным последствиям в экономике;

406 Государственное регулирование цен является:

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

407 Предельные цены с целью регулирования монопольного рынка определяются:

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

408 Может ли фирма – монополист получать прибыль в долгосрочном периоде:

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

409 Ценовая дискриминация третьей степени это:

- 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 сезонности производства и времени суток;
- когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;
- дискриминация на сегментированных рынках.
- установление различных уровней цен в зависимости от объема потребления;

410 Ценовая дискриминация второй степени это:

- 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 дохода покупателя;
- когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;
- дискриминация на сегментированных рынках;
- установление различных уровней цен в зависимости от объема потребления.

411 Совершенная ценовая дискриминация это:

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 сезонности производства и времени суток.
установление различных уровней цен в зависимости от дохода покупателя;
дискриминация на сегментированных рынках;

- когда на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене ее спроса;

412 Кривая предложения отрасли в условиях совершенной конкуренции в коротком периоде:

- долгосрочная кривая предложения отрасли с растущими издержками имеет положительный наклон;
может быть получена простым суммированием кривых предложения отдельных фирм в отрасли при каждой возможной цене;
обычно более эластична, чем долгосрочная кривая предложения;
кривая долговременного предложения для отрасли с постоянными издержками является горизонтальной линией при цене равной долговременным минимальным средним издержкам производства;
в отрасли со снижающимися издержками кривая долгосрочного совокупного предложения имеет отрицательный наклон.

413 Какое из нижеследующих утверждений неверно:

- 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 предложения фирмы в длительном периоде обычно менее эластична, чем краткосрочная кривая предложения;
кривая долговременного предложения для отрасли с постоянными издержками является горизонтальной линией при цене равной долговременным минимальным средним издержкам производства;
долгосрочная кривая предложения отрасли с растущими издержками имеет положительный наклон;

414 В условиях совершенной конкуренции в длительном периоде, так же как и в коротком, предельные издержки являются важным фактором, определяющим решение фирмы об объеме предложения. Единственная разница заключается в том, что: (выделите неверное)

- предельное условие выбора оптимального объема производства включает долгосрочные, а не краткосрочные предельные издержки;
если $P > LAC$;
фирме следует осуществлять свою деятельность только в том случае, если цена равна долгосрочным средним издержкам;
- предельное условие выбора оптимального объема производства включает краткосрочные, а не долгосрочные предельные издержки;
фирме следует осуществлять свою деятельность только в том случае, если цена больше долгосрочных средних издержек.

415 Сущность парадокса прибыли в условиях совершенной конкуренции заключается в следующем:

- каждой фирме приходится вырабатывать 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;
выручка всех фирм отрасли будет равна альтернативным вмененным затратам.
- экономическая прибыль приводит в действие механизм перераспределения ресурсов, который, в конечном счете, сводит ее до нуля
оптимальный объем прибыли отдельных фирм отрасли сокращается;
конкурентное равновесие в долгосрочном периоде достигается когда кривая предложения фирмы совпадает с ее кривой предельных издержек, лежащей выше точки минимума средних переменных издержек;

416 В условиях совершенной конкуренции конкурентное равновесие в долгосрочном периоде – это:

- когда равновесный выпуск отрасли возрастет.
- объем выпуска и цена, которые позволяют фирмам в отрасли получать нулевую экономическую прибыль;
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;

417 В условиях совершенной конкуренции, если рыночная цена данного товара в длительном периоде обеспечивает типичному его производителю положительную экономическую прибыль, то: (выделите неверное)

все фирмы отрасли будут получать нулевую экономическую прибыль, их выручка будет равна альтернативным затратам.

- кривая предложения фирмы совпадет с ее кривой предельных издержек, лежащей выше точки минимума средних переменных издержек;
- рыночная кривая предложения сместится - предложение увеличится;
- фирмы из других отраслей начнут переходить в данную отрасль;
- равновесный выпуск отрасли возрастет, а оптимальный объем производства отдельной фирмы сократится;

418 В условиях совершенной конкуренции: (выделите неверное)

у продавца нет резона снижать цены.

фирма настолько мала по сравнению с рынком, что принимаемые ею решения практически не влияют на рыночную цену;

сложившееся при единой цене равновесие между спросом и предложением не изменится, если отдельная фирма увеличит или уменьшит количество производимой продукции;

каждый продавец имеет возможность реализовать по текущим ценам любой желаемый им объем продукции;

- большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами;

419 Предельная выручка определяется как:

- $\Delta TR / \Delta Q$
- $\Delta TC / \Delta Q$
- $\Delta AR / \Delta Q$
- TR / Q
- $\Delta MR / \Delta Q$

420 Монополист несет убытки в том случае, если у него:

$P > AVC$.

- $P < AC$;
- $MC < P$;
- $MC < AC$;
- $MC < MR$;

421 В условиях монополии:

$MC > MR$.

$MC = P$;

$MR < P$;

$MR = P$;

- $MR = MC \neq P$;

422 На долгосрочную кривую рыночного предложения для совершенно конкурентной отрасли воздействуют:

все вышеизложенное.

размер и масштабы фирм в отрасли;

цены на факторы производства;

- число фирм в отрасли;
- финансовая состоятельность фирмы;

423 Типичная фирма в совершенно конкурентной отрасли:

дифференцирует продукцию.

может продать больше продукта в том случае, если снизит цену;

в некоторой мере может контролировать вхождение новых фирм в отрасль;

- рассматривает рыночную цену продукта как данную;
продает уникальный по сравнению с другими фирмами продукт;

424 В условиях совершенной конкуренции точкой закрытия называется такой объем производства, при котором цена равна минимуму:

- предельного дохода.
- предельных затрат;
- средних переменных затрат;
- средних общих затрат;
- средних постоянных затрат;

425 Возможно ли, чтобы в условиях совершенной конкуренции цена товара превосходила величину предельной выручки:

- возможно если цена в соответствии со спросом повысится.
- это будет для всех объемов, превосходящих равновесный;
- возможно, только для товаров, обладающих высокой перекрестной эластичностью;
- это является одним из условий совершенно конкурентного рынка, и всегда $P > MR$;
- нет, поскольку при совершенной конкуренции величины P и MR равны для любого q ;

426 Условиями реализации дискриминации третьей степени являются:

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

427 В условиях чистой монополии эластичность спроса связана с величиной предельной выручки следующим образом:

- $MR = P \times (1 - e)$.
- $MR = P \times (1 - 1/e)$
- $MR = P \times e$
- $MR = TC (1 - 1/e)$
- $MR = VC \times (1 + 1/e)$

428 В условиях конкурентного рынка выполняется равенство:

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

429 Положительный эффект масштаба обеспечивается:

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

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

равновесный.

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

431 Оптимальные объем производства и цена монополиста определяются равенством:

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

432 Показатель монопольной власти Лернера:

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

433 Для монополиста:

- $MR > P.$
- $MC = P;$
- $MR < P;$
- $MR = P;$
- $MR = P = MC;$

434 Кривая спроса на продукцию монополиста:

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

435 Что из нижеперечисленных не является условием совершенной конкуренции:

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

436 Линия спроса на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции:

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

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

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

- кривой предельных затрат;
кривой общей выручки;

438 Структура рынка определяется: (выделите неверное)

- доступностью информации.
- количеством и размерами фирм;
- характером продукции;
- легкостью входа и выхода с рынка;
- конъюнктурой рынка;

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

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

440 Естественная монополия характеризуется тем, что:

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

441 Кривая спроса фирмы – монополиста:

- горизонтальна на участке, где величины MR положительны;
- лежит всегда выше кривой MR;
- пересекает ось абсцисс, когда фирма производит максимизирующий прибыль объем Q;
- все верно.
- более эластична, чем кривая спроса фирмы в условиях совершенной конкуренции;

442 Какие из приведенных условий присущи фирме – монополисту:

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

443 Кривая предложения фирмы в коротком периоде в условиях совершенной конкуренции:

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

444 В каком случае фирма, действующая в условиях совершенной конкуренции, должна прекратить производство:

- все верно.
- если $P < ATC$;
- если $P < AFC$;

если при установившейся рыночной цене она не получает прибыли;

- если цена меньше средних переменных издержек: P

445 В каком случае величина суммарной выручки TR превосходит суммарные издержки TC :

это наблюдается, когда фирма имеет экономическую прибыль;

- для этого необходимо, чтобы предельные издержки MC были ниже цены товара P ; все верно.
 $TR > TC$, когда цена товара ниже средних суммарных издержек;
 $TR > TC$, когда $MR > MC$;

446 Решив начать производство, в условиях совершенной конкуренции, любая максимизирующая прибыль фирма должна произвести такое количество продукта, при котором:

будут обеспечены максимальные издержки производства.

средние издержки будут минимальны;

общая выручка будет максимальна;

- предельная выручка будет равна предельным издержкам;
 средняя выручка будет равна средним общим издержкам;

447 В условиях совершенной дискриминации цен выполняется следующее условие:

все верно.

предельный доход равен предельным издержкам ($MR=MC$);

- потребительский излишек полностью изымается монополистом;
 совершенно неэластичный спрос;
 совокупная прибыль равна площади между кривыми предельного дохода и предельных издержек;

448 Монополист, как правило, производит:

продукцию по цене выше средних и предельных издержек;

продукцию по цене выше, чем при совершенной конкуренции;

меньше, чем при совершенной конкуренции;

- производит продукцию меньше, чем при совершенной конкуренции, но по более высоким ценам.
 продукцию, цена которой равна средним издержкам;

449 Для осуществления ценовой дискриминации необходимо выполнение условий:

покупатели и продавцы легко идентифицируемы;

фирма обладает некоторой монопольной властью;

товар дифференцирован.

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

450 Какое из приведенных высказываний является неправильным:

для монополиста цена равна средним переменным издержкам.

монополист всегда назначает цену выше величины предельных издержек;

- для монополиста всегда предельный доход выше цены;
 монополия представляет собой крайний случай несовершенной конкуренции;
 фирмы, обладающие властью над рынком, часто прибегают к практике ценовой дискриминации;

451 Какие из приведенных условий присущи фирме монополисту: (выделите неверное)

- линия спроса фирмы – монополиста параллельна оси абсцисс.
 фирма выпускает товар, не имеющий заменителей;
 фирма сама устанавливает рыночную цену на продаваемый товар;
 выпуск товара фирмой монополистом равен объему выпуска всей отрасли;

в отрасли отсутствует свобода входа иных фирм;

452 Монополия – это:

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

453 Рынок чистой монополии характеризуется: (выделите неверное)

- производитель обладает монопольной властью.
- производитель полностью контролирует объем предложения и цены;
- понятия фирма и отрасль совпадают;
- возникает там и тогда, когда барьеры для вступления в отрасль труднопреодолимы;
- полной мобильностью всех ресурсов, однородностью товаров и услуг на рынке;

454 Кривая спроса для фирмы в условиях совершенной конкуренции совпадает с:

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

455 Условия максимизации прибыли в условиях совершенной конкуренции это равенство:

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

456 Типичная фирма в совершенно конкурентной отрасли:

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

457 В условиях совершенной конкуренции фирме надо прекращать производство если:

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

458 Оптимум предприятия в условиях совершенной конкуренции достигается при условии:

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

459 Рынок совершенной конкуренции характеризуется: (выделите неверное)

- множеством покупателей и продавцов;
- наличием большого числа фирм работающих на рынке;
- кривая спроса на продукцию фирмы абсолютно эластична;
- полной мобильностью всех ресурсов, однородностью товаров и услуг.
- наличием ценовой дискриминации

460 Кривая спроса на продукцию монополиста:

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

461 Модели ценообразования в олигополии: (выделите неверное)

- Теория игр.
- Ценообразование, ограничивающее вход в отрасль;
- Модель Маршала;
- Модель дуополии Курно;
- Ценообразование по принципу «издержки плюс»;

462 Модели ценообразования в олигополии: (выделите неверное)

- Квазимонополия;
- Картель;
- Модель Бертрана.
- Модель Вальраса;
- Модель с ломанной кривой спроса;

463 Целью ценовой дискриминации является:

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

464 Весь потребительский излишек присваивает фирма - монополист, которая:

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

465 Пересечение кривых реагирования двух конкурирующих фирм в модели Курно означает:

- изменение цен олигополистов;
- Пересечение кривых реагирования двух конкурирующих фирм в модели Курно означает:
- отсутствие реакции другого олигополиста.
- изменению рыночного спроса;
- изменение объемов производства олигополистов;

466 Падение цены товара, вызванное дополнительным производством одного из олигополистов в модели дуополии Курно приводит к :

- все ответы верны.
- изменению кривой спроса другого олигополиста;

изменению цены на товар другого олигополиста;
 изменению рыночного спроса;
 отсутствию реакции другого олигополиста;

467 Условия реализации лидерства в установлении цен в условиях олигополии:

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

468 Олигопсония – это:

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

469 Рынок монополистической конкуренции характеризуется: (выделите неверное)

- на рынке хозяйствуют десятки фирм, тайный сговор между которыми практически невозможен;
- предсказать и учесть действия всех остальных участников конкурентного процесса практически невозможно.
- каждая фирма сама определяет цены и объем предложения;
- каждая фирма сама определяет свою ценовую политику;
- каждая фирма действует на свой страх и риск;

470 Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:

- конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;
- в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль;
- конкурирующие фирмы продают уникальные товары;
- имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
- все верно.

471 Оптимальный выпуск и цена монополиста определяется:

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

472 Что отличает естественную монополию от других типов рынка:

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

473 Все указанные условия в олигополистической структуре благоприятны для сговора между фирмами, кроме этих:

производители поделили рынок на сектора.

дифференциация товара минимальна;

- фирмы производят совершенно различные продукты;
- вступление в отрасль новых фирм затруднено;
- на рынке имеется лишь несколько фирм;

474 Какое из приведенных высказываний является неправильным:

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

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

- 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;
- 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;

476 Совершенная ценовая дискриминация имеет место в том случае, когда:

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

477 При равновесии Курно:

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

478 Модель Курно исходит из того, что:

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

479 Практика назначения самой низкой цены, которая препятствует входу на рынок, в олигополистической структуре называется:

- ассортиментным ценообразованием.
- ценообразованием, ограничивающим вход в отрасль;
- конкурентным ценообразованием;
- сегментированным ценообразованием;
- коммерческим ценообразованием;

480 Картель – это:

все ответы верны.

рыночная структура, при которой большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами;

- группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска продукции и цен;

рыночная структура, в которой единственному продавцу противостоит единственный покупатель;

рыночная структура, в которой хозяйствуют десятки фирм, тайный сговор между которыми практически невозможен;

481 Долгосрочное равновесие фирмы при монополистической конкуренции достигается при условии когда:

$P < LAC \min$;

$P > LAC \min$;

$MR = MC$;

- $P = MC = LAC \min$.

$MC > LAC \min$;

482 Краткосрочное равновесие фирмы при монополистической конкуренции достигается при условии когда:

$P = AC$;

- $P > AC$; $MR = MC$.

$P < AC$;

$MR \neq MC$;

$MC > AC$;

483 Что из нижеследующего 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;

при одинаковых спросе и издержках выпуск монополиста и его цена ниже, чем в конкурентной отрасли

все верно.

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

все верно.

на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене ее предложения;

на каждую партию однородного товара устанавливается своя цена в соответствии с одной и той же кривой спроса;

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

- существует ценовая дискриминация на сегментированных рынках;

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

486 Чтобы сдержать проникновение новых фирм в отрасль в олигополистической структуре: (выделите неверное)

находящиеся в сговоре продавцы могут установить объем выпуска выше монопольного уровня; олигополисты, имеющие прочное положение в отрасли могут предпринять действия, призванные или воспрепятствовать появлению новых фирм, или вытеснить их с рынка до того, как они смогут там закрепиться;

- можно заинтересовать новые фирмы в максимизации совокупной прибыли отрасли посредством сговора и совместных действий этих фирм.
пойти на риск падения цены ниже уровня издержек в результате значительного увеличения общего объема выпуска отрасли в целом;
можно вынудить новичка основать либо небольшое предприятие с высокими средними издержками, либо крупное, дорогостоящее предприятие;

487 При ценообразовании ограничивающем вход в отрасль в олигополистической структуре: (выделите неверное)

олигополисты имеющие прочное положение в отрасли предпринимая действия, призванные или воспрепятствовать появлению новых фирм, или вытеснить их с рынка до того, как они смогут там закрепиться.

если не существует барьеров для вхождения на рынок, то не существует и способа удержать цену на уровне выше конкурентного в долгосрочной перспективе;

сверхприбыли будут привлекать новые фирмы в отрасль, и увеличение общего объема выпуска за счет новых производств приведет к понижению цены до конкурентного уровня;

- при отсутствии барьеров входа сговор не может обеспечить рост прибылей в долгосрочной перспективе;
с ростом объема производства средние затраты в длительном периоде снижаются на широком диапазоне изменения объемов выпуска продукции;

488 Ломанная кривая спроса в условиях олигополии показывает, что:

спрос выше установленной цены эластичен, ниже этой цены – не эластичен;

общая выручка повысится, если спрос неэластичен.

кривая предельной выручки в точке перегиба совпадает с кривой спроса;

предельные затраты в точке перегиба кривой спроса имеют значительный разрыв;

- конкуренты не последуют за любым повышением цен со стороны отдельных фирм, но в то же время они последуют за снижением их цен;

489 Причины ломанной кривой спроса на продукцию олигополиста:

отдельные фирмы считают, что соперники не последуют за любым приростом их цены;

фирмы полагают, что соперники последуют за снижением их цен;

наклон линии спроса определяется не только предпочтениями потребителей, но и реакцией других олигополистов;

излом в линии спроса означает разрыв в линии предельного дохода при сложившемся объеме производства;

- все ответы верны.

490 Поведение олигополии определяется:

тем, что входящие в нее фирмы обладают монопольной властью;

заинтересованностью фирм в максимизации совокупной прибыли отрасли посредством сговора и совместных действий фирм;

тем, что каждой фирме приходится вырабатывать 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;

заинтересованностью каждого продавца в максимизации своих собственных прибылей, даже если в результате этого уменьшится общая величина прибыли отрасли;

- все ответы верны.

491 Олигополия характеризуется: (выделите неверное)

- это рыночная структура при которой входящие в нее фирмы обладают монопольной властью;
возникает в отраслях, производящих как стандартизированные, так и дифференцированные товары;
каждой фирме приходится вырабатывать 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;
рыночная структура, где существуют некоторые барьеры вхождения в отрасль.

это рыночная структура, при которой большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами;

492 От чего зависит масштаб уценки:

от уровня престижности товара;

все верно.

От широты или узости диапазона колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд;

● от типа товаров;

от времени действия цен;

493 Потребительские услуги делятся на:

бытовые услуги и услуги общественного питания;

страховые услуги.

услуги транспорта и связи;

● производственные и социальные;

жилищно-коммунальные;

494 Степень влиятельности покупателей зависит от следующих основных факторов: (выделите неверное) –

масштабов закупок, ожидаемых в будущем.

возможности и условия привлечения кредита;

● высокой конкуренции на рынке;

объемов закупок в прошлом;

размера фирмы-покупателя;

495 Круг участников рынка продукции производственно- технического назначения:

дилерские фирмы;

государственные организации;

● все ответы верны.

фирмы изготовители;

посредники по маркетингу;

496 В зависимости от чего классифицируются все потребительские услуги:

объекта приложения труда;

экономической значимости;

от времени действия;

● от меры вне рыночного регулирования;

все ответы неверны.

497 От чего зависит масштаб уценки:

от широты или узости диапазона колебаний цен вокруг среднегрупповой цены, входящей в ценовой ряд;

все ответы верны

от уровня престижности товара;

от времени действия цен;

● от типа товаров;

498 Масштаб уценки:

все ответы верны.

задается обычно в натуральных единицах исчисления;

● задается обычно в процентах к исходной цене;

определяется как разность между розничной и оптовой ценой;

равняется величине торговой надбавки;

499 Классификация товаров производственно-технического назначения такова:

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

500 К товарам многократного приобретения относятся: (выделите неверное) –

- сырье;
- запасные части.
- товары повседневного спроса;
- комплектующие изделия;
- материалы;

501 К товарам однократного приобретения относятся: (выделите неверное) –

- сырье, материалы, комплектующие изделия.
- здания и сооружения;
- машины;
- элементы основного капитала;
- оборудования;

502 В ценообразовании на услуги необходимо учитывать:

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

503 Тарифы каких услуг регулируются, как правило, государством:

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

504 Под особенностями фирмы понимается:

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

505 Под особенностями товаров производственно-технического назначения имеется в виду:

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

506 Подготовка тендерной заявки включает следующие этапы:

все ответы верны.

экономическое обоснование заявки на участие;

количественный анализ условий торгов;

- качественный анализ условий торгов и экономическое обоснование заявки на участие;
- анализ финансовой состоятельности конкурентов;

507 Факторы, влияющие на продажи продукции производственно технического назначения:

низкая эластичность спроса по цене;

инфляция, жесткая конкуренция и слабый спрос на рынке;

все ответы верны.

высокая эластичность спроса по доходу;

- особенности товаров, особенности фирмы, особенности дилера;

508 Степень влиятельности покупателя определяется:

степенью благосостояния покупателя;

жесткими требованиями покупателя к потребительским параметрам товаров;

все ответы верны.

мерой способности продавца в процессе переговоров навязывать потребителю выгодные для себя условия сделки;

- мерой способности покупателя в процессе переговоров навязывать продавцу выгодные для себя условия сделки;

509 Каким методом целесообразно определять цены на продукцию производственно-технического назначения:

- методом тендерного ценообразования.
- методом суммарных затрат в период эксплуатации;
- методом определения полезности продукции для покупателя;
- методом соотношения спроса и предложения на рынке;
- параметрическими методами;

510 Рынок продукции производственно-технического назначения отличается:

степенью конкуренции

характером продаваемых товаров;

эластичностью спроса по цене;

кругом участников рынка;

- характером продаваемых товаров и кругом участников рынка.

511 Виды дифференциаций тарифов на потребительские услуги –

территориальная;

временная;

по группам потребителей;

по типам учреждений;

- все ответы верны.

512 В процессе ценообразования на потребительские услуги учитываются:

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

513 Причины проведения уценок: (выделите неверное) –

необходимость ускорения продажи товаров сезонного спроса;

не все ответы верны.

проведение политики «широкого ассортимента»;

- необходимость облегчения процесса управления продажами;
- необходимость компенсации ошибок в формировании товарного ассортимента;

514 Методы установления цен на потребительские товары: (выделите неверное) –

проведение уценок.

дифференцированное ценообразование;

формирование ценовых рядов;

- тендерное ценообразование;
- унифицированное ценообразование;

515 Недостатками унифицированного ценообразования являются:

управление продажами становится более легким;

- лишает фирму возможности проводить политику ценовой дискриминации;
- экономит расходы потребителя;
- упрощается работа торгового персонала;
- все варианты верны.

516 Что относится к «нормальным» товарам:

- товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей;
- 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, при увеличении цен которых увеличиваются объемы их покупок;

517 Критерии приобретения товаров производственно-технического назначения: (выделите неверное)

для непосредственного изготовления на ее основе конечной продукции;

для формирования производственного капитала;

для государственных закупок.

- необходимость, потребность, мечта;
- для обеспечения условий производственной деятельности;

518 Унифицированное ценообразование это:

принцип ценностного ценообразования;

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;

519 Преимущества дифференцированного ценообразования:

позволяет фирме максимизировать массу прибыли;

дает возможность точнее строить коммерческую политику на будущее;

- все ответы верны.
- позволяет максимизировать число проданных единиц товара;
- позволяет определить истинную экономическую ценность товара для потребителей;

520 Дифференцированное ценообразование это:

метод установления цен на потребительские услуги;

установление единых цен на потребительские товары;

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

521 Ценовая дискриминация покупателей выражается:

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

522 Движущими мотивами приобретения товаров народного потребления являются:

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

523 Закономерность формирования спроса на престижные товары следующая:

- все ответы верны. при повышении цен товаров объемы продаж непрерывно растут; объемы продаж зависят от изменения рыночных равновесных цен;
- при снижении цен товаров объемы продаж сначала растут, а затем снижаются; при снижении цен товаров объемы продаж непрерывно растут;

524 Товары низшей категории это:

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

525 Особенности рынка продукции производственно-технического назначения обусловлены:

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

526 Коммерческая политика при продаже потребительских товаров:

- все верно. 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; необходимость ускорения продажи товаров сезонного спроса; проведение политики «широкого ассортимента»; формирование оптимальной торговой стратегии;

527 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;

- все верно.
замедление процесса сбыта товаров из-за траты времени на процесс «уторговывания»;
возможность возникновения недовольства со стороны некоторых клиентов, если они узнают, что кто-то смог купить тот же товар дешевле;
опасность чрезмерного охотного предоставления скидок продавцами ради привлечения покупателей буквально «любой ценой», особенно если объём продаж является основой систем премирования;

528 Почему максимально достижимый объём продаж не всегда может быть для фирмы выгодным:

- потому что это может вызвать усиление контроля над ее деятельностью со стороны антимонопольных органов;
- 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 привести к превышению маржинальных издержек над ценой;

529 Цены на продукцию производственно-технического назначения определяются:

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

530 Рынок продукции производственно-технического назначения характеризуется следующими закономерностями:

- все ответы верны.
- изменение цен на рынке продукции производственно-технического назначения прямо ведет к изменению цен закупки на конечную продукцию;
- формирование цен на производственно-техническую продукцию на основе тщательного соизмерения с параметрами продукции;
- изменение цен закупки ведет к изменению только косвенных или накладных затрат;
- закупки продукции государственными организациями осуществляются в соответствии с утвержденным бюджетом, изменение цен закупки прямо ведет к изменению цен на конечную продукцию;

531 Особенности рынка продукции производственно-технического назначения: (выделите неверное) –

- все ответы верны.
- спрос на рынке носит производный характер;
- формирование спроса на этом рынке подвержено влиянию субъективных факторов;
- некоторые виды продукции используются длительное время;
- полезность продукции для покупателя можно оценить количественно на основе параметров указанных в технической документации;

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

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

533 В группу услуг, тарифы на которые подвергаются формальной саморегуляции участников рынка входят:

- социальные услуги;
- услуги, связанные с деятельностью в области связи, транспорта, здравоохранения и образования,
- коммунальные услуги;

все ответы верны.

бытовые услуги, услуги банков, коммерческие образовательные и медицинские услуги, услуги страховых компаний;

- услуги на авиаперевозки, услуги адвокатов и нотариусов;

534 В группу услуг, тарифы на которые регулируются государством входят:

услуги банков и страховых компаний.

услуги на авиаперевозки, услуги адвокатов и нотариусов;

- услуги, связанные с деятельностью в области связи, транспорта, здравоохранения и образования, коммунальные услуги;
- коммерческие образовательные и медицинские услуги;
- бытовые услуги;

535 Тендер это –

процедура торгов.

отбор поставщиков товаров народного потребления или услуг с помощью формализованной процедуры аукционного типа;

организация закупок продукции производственного назначения;

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

536 Использование параметрического ценообразования при расчете цен на продукцию производственно-технического назначения целесообразно: (выделите неверное)

при использовании механизма соизмерения соотношений «полезность/цена» товара.

при наличии большого ассортимента однотипной продукции, различающейся одним или несколькими качественными параметрами;

при существенной зависимости экономической ценности товара от параметров;

при установлении цен на параметрический ряд товаров в соответствии с формализованной моделью зависимости цены от значений основных потребительских параметров этих изделий;

- при наличии ценовой дискриминации;

537 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;

538 Критерии выбора времени уценки: (выделите неверное)

возможность синхронизации уценок многих товаров в рамках комплексных продаж, приуроченных к окончанию определенного сезона.

- предотвращение недовольства среди покупателей, приобретающих товар;
- необходимо оттягивать уценку так долго, как только возможно, чтобы продать по исходной цене предельно возможное число единиц товара;
- следует стремиться, прежде всего, к повышению оборачиваемости оборотного капитала;
- проводить уценку немедленно после того, как минует пик продаж данного товара;

539 Преимуществами унифицированного ценообразования являются:

- фирма получает возможность непосредственно управлять соотношением «ценность / цена» для конечного покупателя;
- все варианты верны.

экономит расходы потребителя;
увеличивает прибыли производителя
лишает фирму возможности проведения ценовой дискриминации;

540 Что относится к престижным товарам:

товары, величина спроса на которые снижается при повышении доходов покупателей;
товары, объемы продаж и цены которых зависят от желанности для потребителей;
все ответы верны.

- товары, при увеличении цен которых увеличиваются объемы их покупок;
товары, спрос на которые возрастает при росте доходов покупателей;

541 Недостатками дифференцированного ценообразования являются: (выделите неверное)

замедление процесса сбыта товаров из-за траты времени на процесс «уторговывания»;
● позволяет фирме максимизировать массу прибыли;
появляется опасность чрезмерного охотного предоставления скидок продавцами ради привлечения покупателей.
возможность возникновения социального недовольства среди покупателей;
частичная потеря руководством фирмы контроля над уровнем цен продаж;

542 Классификация потребительских товаров такова:

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;
товары многократного приобретения, товары однократного приобретения, потребительские услуги;

543 Что не относится к индексам фондовой биржи:

- Тексако.
Рейтера
Никкей;
Франкфуртер Альгемайне Цайтунг;
Доу-Джонса;

544 Основные операции на фондовой бирже:

кассовые сделки;
пакетные сделки;
● все верно
арбитражные сделки;
срочные сделки;

545 К операциям на фондовой бирже допускаются:

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

546 Что из нижеперечисленного относится к видам хеджирования:

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

предвосхищающее хеджирование;

547 Какие функции не относятся к фьючерсной товарной бирже:

- ценообразующая;
- ценостабилизирующая;
- все относятся.
- рискострахующая;
- ценопрогнозирующая;

548 Уровень эмиссионной цены:

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

549 Динамика курса акций подвержена влиянию факторов:

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

550 Какой из приведенных фондовых индексов представляет собой равновзвешенную геометрическую среднюю –

- индекс Доу-Джонса;
- индекс FT;
- индекс Рейтера.
- индекс НАСДАК;
- индекс SP -500;

551 Какой из приведенных фондовых индексов представляет собой среднюю цену акций –

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

552 Индексы фондовой биржи:

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

553 Фондовые индексы классифицируются по:

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

554 К фондовым операциям относятся:

- ☐ пакетные сделки;
- ☒ все ответы верны.
- ☐ кассовые сделки;
- ☐ срочные сделки;
- ☐ арбитражные сделки;

555 К фондовым ценностям относятся – (выделите неверное)

- ☒ все ценные бумаги.
- ☐ ценные бумаги с фиксированным доходом;
- ☐ сертификаты;
- ☐ акции;
- ☐ государственные облигации;

556 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;

557 К операциям на фондовой бирже допускаются –

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

558 Первые фондовые биржи появились –

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

559 Виды хеджирования: (выделите неверное) –

- ☐ селективное;
- ☐ обычное;
- ☐ предвосхищающее.
- ☒ частичное;
- ☐ арбитражное;

560 На бирже за свой счет осуществляют сделки –

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

561 Варрант это –

- ☐ долговое обязательство;

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

562 Маржа это –

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

563 Форвард сделка это –

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

564 Кэш сделка это-

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

565 Сделки на реальный товар – это:

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

566 Зарождение бирж связано:

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

567 Какой из перечисленных фондовых индексов рассчитывается по формуле средней арифметической взвешенной:

- Никкей;
- Доу – Джонсона;
Рейтера.
Файнешнл Таймс;
Стандарт энд Пуре;

568 Какой из представленных фондовых индексов представляет собой среднюю цену акций:

- Доу – Джонсона;
индекс FT;

Стандарт энд Пуре;
Никкей;
Рейтера.

569 Основные ценообразующие факторы, определяющие стоимость опциона:

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

570 Функции джобберов на товарной бирже:

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

571 Функции брокеров на товарной бирже:.

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

572 Какие цены относятся к ценам сделок на товарной бирже:

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

573 Общий доход от облигации складывается из следующих элементов:

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

574 Факторы, определяющие стоимость фьючерсного контракта:

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

575 К факторам, определяющим курс ценных бумаг относят:

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

576 Фондовые индексы это —

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

577 Биржевые индексы, определяемые по различным видам товаров это:

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

578 Биржевые индексы оптового товарооборота определяются:

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

579 Товарная биржа характеризуется следующими показателями:

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

580 Индекс курсовой цены каждой акции определяется:

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

581 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;

582 Основные виды опциона — (выделите неверное):

- опцион с правом страхования
- опцион с правом продажи;
- опцион с правом покупки;
- опцион дающий право покупателю купить или продать контракт или другой вид ценностей по базисной цене.
- двойной опцион;

583 Опцион — это:

- все ответы верны.

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;

584 Фьючерсные сделки на товарных биржах выполняют следующие функции: (выделите неверное) –

рискостраховую;

- ценорегулирующую;
- информационно – аналитическую.
- ценообразующую и ценостабилизирующую;
- ценопрогнозирующую;

585 Хеджирование – это:

операция формирования цен;

механизм регулирования;

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

586 Товарные биржи делятся на:

публичноправовые и частноправовые;

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

587 Фьючерсные сделки это –

сделки с актом купли-продажи права на будущий товар;

сделки с целью получения разницы между ценой контракта в момент его заключения и реальной ценой сделки;

- все ответы верны.
- срочные сделки;
- сделки с товарами, которых в момент заключения сделки в наличии нет;

588 Частные биржи –

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

589 Публичные биржи-

занимаются демонстрацией товаров биржи;

объединяют только членов биржевой корпорации;

- функционируют под государственным контролем;
- занимаются публикацией нормативно-законодательной документации;
- являются акционерной компанией с публичной ответственностью.

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

стихийность биржевого рынка;

- высокий уровень риска, а также несбалансированность спроса и предложения реального товара;

жесткая конкуренция на рынке;
 низкая платежеспособность потребителей.
 несбалансированность спроса и предложения реального товара;

591 К пакетным 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;

592 К арбитражным сделкам относятся:

фьючерсы и опционы, которые завершаются выплатой разницы в курсах с момента заключения договора до его истечения;

все верно.

сделки по купле-продаже крупных партий ценных бумаг;

- сделки, основанные на перепродаже ценных бумаг на различных биржах, когда имеется разница в их курсах;
- сделки, которые осуществляются сразу же после заключения контракта;

593 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;

594 Кассовые сделки на фондовых биржах:

- осуществляются сразу же после заключения контракта;

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;

595 Предвосхищающее хеджирование проводится:

с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;

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;

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;

596 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;

- 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.

все верно

597 Арбитражное хеджирование проводится:

- 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.
- закключается в покупке или продаже фьючерсного контракта еще до того, как совершена сделка с реальным товаром;
- проводится, если сделка на фьючерсном рынке осуществляется не одновременно с заключением сделки на реальный товар и не на адекватное количество;

598 Обычное хеджирование проводится:

- с целью учета затрат на хранение;
- с целью избежать ценовые риски и совершается в полном балансовом соответствии со встречными обязательствами на рынке реального товара и фьючерсном рынке;
- закключается 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;

599 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;
- ведение расчетов между членами биржи через ликвидационные кассы и расчетные палаты, информационная деятельность, оказание различных услуг клиентам;
- все верно.
- спекуляции, хеджирование, котиrowание цен;
- сделки на реальный товар «кэш-сделки» и «форвард»-сделки;

600 Эмиссионная цена может быть ниже рыночной по двум причинам:

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

601 Факторы, действующие на всем фондовом рынке:

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

602 Индексы обычно взвешиваются методом —

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

603 Стоимостный биржевой индекс определяется как:

все ответы верны.

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

604 Количественный биржевой индекс определяется как:

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

605 Вид спекулятивных операций на биржах – (выделите неверное)

- перелив капитала с одного рынка на другой;
игра на повышение цен;
операция одновременной покупки и продажи фьючерсных контрактов с различными сроками поставки.
спекуляция на соотношение цен одного и того же или взаимосвязанных товаров или цен на товары с различными сроками поставки;
игра на понижение цен;

606 Биржевой механизм формирования цен – это:

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

607 Биржа как инструмент рынка - это:

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

608 Бухгалтерская стоимость акции определяется:

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

609 Спекулятивные факторы, оказывающие влияние на курс акции: (выделите неверное) –

все ответы верны.

объем программной торговли;

состояние «суммарной короткой позиции» на фондовом рынке, которая характеризует общий объем проданных акций;

- конъюнктура товарных рынков, рынков золота, недвижимости и т.п.;
- скупка акционерным обществом своих акций;

610 Факторы действующие на курс акции на макроуровне: (выделите неверное) –

межотраслевые перемены капиталов, состояние платежных балансов и валютной системы.

устойчивость, сбалансированность и перспективы роста экономики, надежность финансовой системы; масштабы производства акционерных предприятий, степень использования ими ценных бумаг для привлечения средств;

конъюнктура товарных рынков, рынков золота, недвижимости и т.п.;

- финансовое состояние акционерного общества;

611 Кассовый рынок это-

обращение ценных бумаг без соблюдения единых для всех участников рынка правил;

рынок, на котором заключаются разнообразные по виду сделки со сроком исполнения, превышающим 2 рабочих дня;

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;

612 Основные функции фондового рынка заключаются: (выделите неверное)

в переделе капитала с целью его концентрации в технически или экономически прогрессивных отраслях и в наиболее перспективных регионах;

в централизации временно свободных денежных средств и сбережений для финансирования экономики;

в информации о состоянии экономической конъюнктуры, исходя из состояния рынка ценных бумаг.

в ликвидации дефицита государственного бюджета;

- в привлечении и размещении банками временно свободных денежных ресурсов в форме межбанковских депозитов и ценных бумаг;

613 Фондовый рынок это–

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;

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 обращается огромная масса краткосрочных ценных бумаг, обладающих высокой ликвидностью и мобильностью;

- рынок купли продажи фондовых ценностей, обеспечивающий распределение денежных средств между участниками экономических отношений через выпуск ценных бумаг;

614 Рынок капиталов это-

рынок купли продажи фондовых ценностей.

часть рынка ссудных капиталов;

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

615 Рынок деривативов это –

рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;

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;

616 Валютный рынок это–

все ответы верны.
 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;
 рынок производных финансовых инструментов, в основе которых лежат более простые финансовые инструменты – акции, облигации;
 рынок купли продажи фондовых ценностей;

617 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 обращается огромная масса краткосрочных ценных бумаг, обладающих высокой ликвидностью и мобильностью;
 рынок, на котором основными инструментами являются казначейские и коммерческие векселя, другие виды обязательств;

- рынок, в котором временно свободные денежные ресурсы кредитных учреждений привлекаются и размещаются банками между собой в форме межбанковских депозитов в короткие сроки;

618 Учетный рынок это –

все ответы верны.

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

619 К внутренним факторам изменения процентных ставок не относятся:

получение прибыли от ссудных операций;
 степень риска непогашения кредита;

- конкуренция на рынке кредитных услуг;
 характер отношений между банком и заемщиком.
 характер обеспечения возврата кредита;

620 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;

621 К внутренним факторам изменения цены кредита относятся:

конкуренция на рынке кредитных услуг;
 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;
- денежно-кредитная политика;

622 К внешним факторам изменения цены кредита относятся:

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

623 К числу основных ценообразующих факторов, определяющих стоимость опциона относятся: (выделите неверное)-

- цена исполнения и срок действия опциона;
- цена актива на физическом рынке;
- изменчивость цены актива, лежащего в основе опциона.
- процентная ставка;
- цена предложения актива;

624 В механизме опционного ценообразования «премия» это –

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

625 Фьючерсная цена производных ценных бумаг это-

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

626 Доходность облигации это –

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

627 Общий доход от облигации складывается из следующих элементов: (выделите неверное) –

- изменения стоимости облигации за соответствующий период;
- купонного дохода.
- дохода от реинвестиции полученных процентов;
- периодически выплачиваемых процентов;
- кредитных ставок;

628 Рыночная цена акции на ликвидном эффективном рынке ценных бумаг это –

- стоимость в текущих ценах по сделкам, заключенным в определенный момент времени;
- цена реальной продажи акций;
- все ответы верны.

цена, по которой акция продается и покупается на вторичном рынке;
равновесная рыночная цена;

629 Виды риска инвестиций в ценные бумаги: (выделите неверное)-

- риск изменения процентной ставки;
- отраслевой риск.
- риск инфляции;
- коммерческий риск;
- риск падения общерыночных цен;

630 Факторы действующие на курс акции на микроуровне: (выделите неверное) –

- финансовое состояние фирмы эмитента;
- перспективность отрасли, в которой функционирует данное акционерное общество.
- стоимость и количество акций, находящихся на руках у владельцев;
- темпы экономического роста;
- текущие прибыли акционерного общества;

631 Ценообразующие факторы, влияющие на курс ценной бумаги: (выделите неверное)-

- объективные, субъективные;
- спекулятивные;
- факторы действующие на макроуровне;
- коммерческие;
- факторы действующие на микроуровне;

632 Временная внешняя стоимость опциона есть-

- все ответы верны.
- разница между фактической премией и внутренней стоимостью опциона;
- разница между рыночной ценой актива на физическом рынке и ценой исполнения 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;

633 Внутренняя стоимость опциона есть-

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

634 Организованный рынок ценных бумаг это-

- обращение ценных бумаг без соблюдения единых для всех участников рынка правил;
- 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;
- торговля ценными бумагами, минуя фондовую биржу;

635 В банковской практике применяются модели установления кредитной ставки:

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

636 Стоимость фьючерсного контракта определяется следующими факторами: (выделить неверное)-

- расходами, связанными с владением актива.
- ценой актива на физическом рынке;
- сроком действия фьючерсного контракта;
- показателем финансовой эффективности;
- процентной ставкой;

637 Эмиссионная цена акции это-

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

638 Номинал акции это-

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

639 Актив это-

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

640 Факторы влияющие на курсы акций: (выделите неверное) –

- степень риска вложений;
- доходность;
- соотношение с альтернативными сферами вложения капитала.
- мобильность;
- ликвидность;

641 Курс акции это-

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

642 Выделяют следующие рынки ценных бумаг: (выделите неверное)

- организованный и неорганизованный;
- первичный и вторичный;
- традиционный и компьютерный;
- кассовый и срочный.
- биржевой и внебиржевой;

643 Функции рынка ценных бумаг: (выделите неверное)

- распределительная и стимулирующая;

общерыночные и специфические;
коммерческая и ценовая;
информационная;
регулирующая.

644 Денежный рынок подразделяется на – (выделите неверное):

- межбанковский рынок;
- учетный рынок;
- рынок деривативов;
- рынок капиталов;
- валютный рынок.

645 Денежный рынок это –

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

646 Финансовый рынок это:

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

647 К нетарифным методам влияния государства на мировые цены относятся:

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

648 К ценовым скидкам, существующим в мировой практике относятся:

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

649 Исходной базой для расчета экспортных цен является:

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

650 В зависимости от условий контракта на поставку товара мировые цены выступают в следующих основных видах:

- Экспортные цены ФОБ;
- все ответы верны.
- Импортная цена СИФ;

Цена КАФ;
Экспортные цены ФАС;

651 Уровень цены при расчетах наличными определяется:

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

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

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

653 Исходной базой для расчета экспортных цен являются:

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

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

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

655 Контрактные цены внешней торговли это:

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

656 Методов определения таможенной стоимости товара применяемых в мировой практике:

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

657 Таможенный тариф это:

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

658 Какие факторы внешнеэкономического характера влияют на цены мирового рынка:

внешнеторговая политика отдельных государств;

- все верно.
- экономические и политические взаимоотношения между странами;
- образование различных межгосударственных группировок
- конкурентоспособность компаний-экспортеров различных стран;

659 На мировом рынке формирование цен обусловлено рядом факторов:

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

660 Цена СИФ включает следующие расходы:

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

661 Цена CAF включает следующие расходы:

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

662 По экспортной цене FOB товар продается:

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

663 По экспортной цене FAS 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 FOB и CAF;
- с включением всех расходов по фрахту до места назначения;

664 Приведение цен по кредитным условиям учитывает в цене:

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

665 Формальная схема калькуляции экспортных и импортных цен отличается от схемы, используемой при расчете внутренних цен включением:

импортных таможенных расходов в стране покупателя;
 комиссионных вознаграждений продавцов и представителей;
 транспортных издержек, расходов по упаковке;
 затрат на финансирование.

- расходов по страхованию и резервов необходимых для покрытия непредвиденных рисков;

666 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;
 за условия поставки товара;
 производителями своим постоянным агентам и другим посредникам по сбыту;

- на пробные партии товара и заказы;

667 Единица измерения цены, базис цены, валюта цены, способ фиксации цены и уровень цены – это:

показатель производительности труда.
 структурные элементы конъюнктуры мирового товарного рынка;
 показатели емкости мирового рынка;
 основные элементы контракта купли-продажи;
 показатели конкурентоспособности;

668 Стоимостной, конъюнктурный, валютно-финансовый, политический, государственно-монополитического регулирования – что это:

факторы способствующие усилению процессов дефляции.
 ценообразующие факторы внутреннего рынка;
 факторы способствующие усилению инфляционных процессов;
 экономические факторы, определяющие динамику мировых цен;
 ценообразующие факторы мирового рынка, определяющие динамику цен;

669 Введение таможенных пошлин преследует цели:

- расширения внешнеэкономических связей;
- пополнение государственного бюджета;
- защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции;
- захват внешних рынков;
- защиты «юных» отраслей и отраслей, продукция которых имеет военностратегическое назначение.

670 Введение таможенного тарифа приводит:

- к увеличению цен импортных и снижению цен отечественных товаров;
- к изменению уровня благосостояния потребителей и производителей.
- в целом к потерям производителей и потребителей отечественных товаров;
- к выигрышу отечественных производителей и потерям потребителей товара;
- к увеличению цен импортных и отечественных товаров;

671 Ценообразование на мировом рынке нефти находится под воздействием следующих факторов:

- на мировые цены оказывают влияние сезонность года и климатические условия;
- все верно.
- цены очень сильно зависят от спроса и предложения: растет спрос – повышаются цены; спрос неэластичный – цены 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;
- 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;

672 Отклонение мировых цен в сторону понижения в сравнении с внутренними ценами на национальных рынках обусловлено следующими факторами:

- все ответы верны.
конкурентоспособность стран-экспортеров значительно выше остальных стран, производящих аналогичные товары;
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;

673 Характерные особенности во взаимоотношении мировых и внутренних цен:

- конкуренция на мировом рынке более жесткая, чем на национальном.
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;

674 Скользящие контрактные цены это –

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

675 Подвижные контрактные цены это –

- цены фиксируемые в момент заключения контракта и подлежащие изменению на протяжении всего срока его действия;
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 при заключении контракта, которые могут быть пересмотрены в дальнейшем, если рыночные цены данного товара к моменту его поставки изменятся;
цены, фиксируемые в процессе исполнения контракта, путем уточнения сторонами непосредственно перед каждой поставкой;

676 Твердые контрактные цены это –

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

677 Антидемпинговые и компенсационные пошлины, импортные депозиты, добровольные ограничения экспорта, компенсационные сборы, система минимальных импортных цен, лицензирование импорта, импортные и экспортные квоты – что это:

- тарифные меры регулирования внешней торговли;
тарифные меры регулирования внутренней торговли.
- нетарифные меры регулирования внешней торговли;
экономические средства управления и регулирования внешней торговли;
административные методы регулирования внешнеэкономических связей;

678 Какие из этих средств относятся к экономическим средствам управления и регулирования внешней торговли:

- добровольные ограничения экспорта и импорта;
- лицензирование и контингентирование ввоза и вывоза;
- запреты и ограничения экспорта и импорта;
- таможенные пошлины и сборы; акцизы; субсидии внутренним товаропроизводителям и развитое внутреннее налогообложение;
- уравнительное пограничное налогообложение;

679 Тенденция либерализации во внешнеэкономической деятельности это:

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

680 Лимитная подача электроэнергии в пределах:

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

681 При установлении цен на бытовые услуги учитываются:

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

682 Цены на ремонтные услуги разрабатываются с учетом:

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

683 Какие затраты не учитываются при формировании цен на бытовые услуги –

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

684 При расчете платы за жилищно-коммунальные услуги не учитываются:

- абонементная плата за пользование телефоном.
- сложившиеся затраты предприятий на производство жилищно- коммунальных услуг на 1 человека в месяц;
- фактическая стоимость жилищно-коммунальных услуг на 1 м²;
- социальная норма площади жилья;
- затраты на содержание и ремонт жилья;

685 Особенности ценообразования в машиностроении: (выделите неверное)

- характеризуется высокой степенью морального старения и гибкостью цен.
- решающее влияние на формирование и динамику стоимости и цен оказывает природно-географический фактор;
- решающее влияние на формирование и динамику стоимости и цен оказывает научно-технический прогресс;
- отличается большим разнообразием номенклатуры продукции и ее быстрой изменчивостью;
- характеризуется высокой подвижностью стоимости и цен конкретных изделий;

686 Коэффициент металлургической ценности руды каждого месторождения определяется:

- в виде отношения металлургической ценности руд данного месторождения к средней металлургической ценности руды, принятой за базисную в целом по зоне – району;
- в виде отношения среднезональной цены одной тонны руды на себестоимость чугуна выплавляемого из различных руд каждой зоны;
- как отношение оптовой цены руды на металлургическую ценность руд данного месторождения;
- произведением среднезональной цены одной тонны руды на себестоимость чугуна выплавляемого из различных руд каждой зоны.
- в виде произведения цены одной тонны руды и нормы рентабельности;

687 В качестве критерия при формировании цен на топливо в условиях рыночных методов хозяйствования принимаются:

- затраты на добычу топлива;
- общественно признанные затраты труда на единицу комплексного показателя полезного эффекта и теплотворная способность топлива;
- затраты связанные с транспортировкой топлива;
- теплотворная способность топлива;
- степень концентрации производства.

688 Основные негативные тенденции, осложняющие развитие топливно - энергетического комплекса: (выделите неверное) –

- введение гибкой энергосберегающей политики;
- дефицит инвестиционных ресурсов.
- ухудшение сырьевой базы и высокий моральный и физический износ основных фондов;
- снижение физического и платежеспособного спроса на продукцию комплекса на внутреннем рынке;
- тяжелый налоговый пресс на продукцию комплекса;

689 Новая система цен на газ должна отвечать следующим требованиям: (выделите неверное)-

- обеспечение территориальной дифференциации цен;
- все ответы верны.
- обеспечение самофинансирования газовой промышленности посредством возмещения обоснованных затрат;
- стимулирование надежного газоснабжения посредством обеспечения необходимой гибкости цен при предоставлении потребителям права выбора условий своего газоснабжения;
- соответствие цен условиям равновесия спроса и предложения;

690 Лимитная цена:

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

691 Основные принципы ценообразования на продукцию машиностроения: (выделите неверное)

- возможно более полное отражение в уровнях, соотношениях и движении цен влияния природно-географического фактора;
- возможно более полное отражение в уровнях, соотношениях и движении цен закономерностей и тенденций научно-технического прогресса;
- усиление стимулирующего воздействия цен на повышение технического уровня и качества продукции;

ориентация при формировании цен на высшие мировые достижения и повышение конкурентоспособности продукции.
 последовательное обеспечение абсолютного и относительного удешевления продукции, как главного фактора роста эффективности производства;

692 На месте потребления руды ее эффективность зависит:

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

693 Под металлургической ценностью руды понимается:

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

694 Оптовые цены на продукцию железорудной промышленности:

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

695 В качестве критерия при формировании цен на нефть в условиях рыночных методов хозяйствования принимаются:

- природные качества и ценность для переработки;
- издержки производства и обращения.
- среднегодовая стоимость производственных фондов в нефтедобыче;
- основные потребительские свойства – содержание серы и выход светлых фракций через плотность и природные качества и ценность для переработки;
- норматив рентабельности к фондам;

696 В газотранспортной подотрасли оптовая цена промышленности для расчетов газотранспортных предприятий с газовыми хозяйствами определяется с учетом:

- все ответы верны.
- учитывать все затраты, связанные с обогащением;
- рентных платежей;
- затрат на добычу газа;
- балансовой прибыли, включающей плату за фонды, ставки налога и расчетную прибыль и учитывать все затраты, связанные с обогащением;

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

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

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

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

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

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

700 Рынок нефти и нефтепродуктов характеризуется:

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