

## «Цены и ценообразование»

Вопросы и ответы из теста по [Ценам и ценообразованию](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 213

Тест по предмету «Цены и ценообразование».

---

1. Аргументом к использованию метода ценообразования «издержки плюс прибыль» является то, что ...

- **производитель обычно больше знает об издержках, чем о спросе**

2. Балльный метод ценообразования и экспертный метод (оценка товара узкими специалистами) идентичны/отличаются по весьма важной причине

- **отличаются: в балльном методе набор факторов, влияющих на цену, и их влияние на цену практически не изменяется (в отличие от экспертного метода)**

3. В зарубежной практике при определении величины тарифа на электроэнергию прибыль устанавливают исходя из:

- **доходов от инвестиций в других отраслях**

4. В классической экономической теории понятия «цена» и «стоимость» было принято соотносить следующим образом:

- **цена есть денежное выражение стоимости**

5. В концепции жизненного цикла товара, фазе экспансии предшествует:

- **фаза вступления на рынок**

6. В методах ценообразования с ориентацией на спрос производственные затраты рассматриваются как:

- **ограничивающий фактор (устанавливать цену ниже затрат экономически невыгодно)**

7. В модели Курно в результате конкуренции суммарный объем выпуска олигополистов оказывается равным:

- **2/3 объема выпуска в случае совершенной конкуренции**

8. В модели ломаной кривой спроса на продукцию олигополиста излом этой кривой появляется:

- **в восприятии олигополиста как поправка на возможные действия его соперников**

9. В нормальных условиях хозяйствования ценовая политика предприятия предполагает наличие:

- **множества целей, одна из которых наиболее приоритетная**

10. В отношении следующего из перечисленных примеров можно сказать, что в нем речь идет о краткосрочном периоде взаимодействия спроса и предложения:

- **два радиолюбителя, вдоволь обеспечив себя деталями и с трудом наняв какой-то гараж, принялись собирать ЭВМ нового поколения**

11. В отношении следующего из перечисленных примеров можно сказать, что это пример взаимодействия спроса и предложения в долгосрочном периоде:

- **завод производит кастрюли в одном из своих цехов и продает их**

12. В отношении следующего из перечисленных примеров можно сказать, что это пример взаимодействия спроса и предложения в мгновенном периоде:

- **торговля свежей капустой перед самыми заморозками**



13. В отношении спроса на престижные марки автомобилей можно с уверенностью сказать, что его:

- **эластичность по доходу будет превышать 1**

14. В отношении спроса на широко разрекламированные средства от сахарного диабета, выпускаемые компанией А, можно с уверенностью сказать, что его:

- **прямая (ценовая) эластичность будет в любой точке близка к нулю (абсолютно неэластичный спрос)**

15. В приведенных (гипотетических) ситуациях формой косвенного государственного регулирования цен является:

- **в целях снижения цены 1 кг моркови на рынке на средства государства строится новая крыша (и стены), чтобы морковь не гнила**

16. В приведенных (гипотетических) ситуациях формой прямого вмешательства государства в процесс ценообразования является:

- **установление «потолка» цен на хлебобулочные изделия**

17. В рамках концепции жизненного цикла товара, в стадии падения не следует использовать вид ценовой стратегии:

- **нейтрального ценообразования**

18. В рамках концепции жизненного цикла товара, на стадии роста (экспансии) главными факторами, ограничивающими рост продаж, являются:

- **конкуренты и спрос**

19. В рамках концепции жизненного цикла товара, на стадии роста наиболее используемыми целями ценовой политики являются:

- **«снятие сливок» и сговор с конкурентами**

20. В рамках концепции жизненного цикла товара, наиболее высокие цены устанавливаются производителем товара в фазе:

- **вступления на рынок**

21. В рамках концепции жизненного цикла товара, наибольшие затраты на НИОКР идут у производителя товаров в фазе:

- **вступления на рынок**

22. В рамках концепции жизненного цикла товара, наименьшее число конкурентов оказывается у производителя товара в фазе:

- **вступления на рынок**

23. В результате ценовой войны согласно модели Бертрана в классической олигополии цены опускаются до уровня цен, оптимального для:

- **рынка совершенной конкуренции**

24. В российской практике при определении тарифа на электроэнергию прибыль устанавливают исходя из:

- **потребности в будущих капиталовложениях**

25. В случае классической олигополии ценовое соперничество (последовательное понижение цен) равных по силе олигополистов приводит в пределе к:

- **совершенной конкуренции**

26. В случае неучета информации об издержках оказывается недостижимой следующая цель ценовой политики фирмы:

- **максимизация прибыли**



27. В состав индикаторов, на основании которых рассчитывается обоснованность тарифа предприятия жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), не следует включать:

- **структурную дифференциацию предприятий района**

28. В состав свободной розничной цены входят (помимо прочего) из перечисленного, следующие элементы:

- **НДС и акцизы**
- **себестоимость производителя**
- **снабженческо-оптовая надбавка**
- **торговая (розничная) надбавка**

29. В состоянии долгосрочного равновесия точка оптимума данного производителя:

- **совпадает с оптимумом в краткосрочном периоде**

30. В стадии падения, в рамках концепции жизненного цикла товара, цена товара может снизиться незначительно, если ...

- **основную часть затрат составляют переменные затраты**

31. В теории цен к предметам роскоши относятся товары, для которых:

- **эластичность спроса по доходу строго больше 1**

32. В теории цен к товарам первой необходимости относятся товары, для которых:

- **эластичность спроса по доходу находится в пределах (0; 1)**

33. В уравнении оптимального объема краткосрочного выпуска  $P = \frac{\Delta TC(q^*)}{\Delta q}$  (в принятых в теории обозначениях) дополнительным условием оптимальности будет:

- **фиксированный уровень цены**

34. В условиях рынка совершенной конкуренции норма прибыли может быть определена как:

- **прибыль, получаемая предприятием в условиях долгосрочного равновесия**

35. В ходе ценовой политики «снятие сливок» продавец:

- **сначала установит высокую цену, а затем будет ее понижать**

36. Взаимосвязь между индивидуальными кривыми спроса и рыночной кривой такова:

- **рыночная кривая спроса получается путем суммирования индивидуальных кривых**

37. Вопрос дифференциации цен (ценовой дискриминации) решается в рамках следующего элемента процесса разработки ценовой стратегии компании

- **«Сегментный анализ рынка»**

38. Вопросами государственной политики цен занимаются:

- **Федеральные органы исполнительной власти (в том числе Департамент цен Министерства экономики), соответствующие им образования на уровне субъектов федерации и органы местного самоуправления**

39. Выживание фирмы в рамках ценовой политики фирмы

- **является краткосрочной целью**

40. График средних переменных затрат имеет вид

- **U-образный (сначала убывает, затем возрастает)**

41. График средних постоянных затрат имеет вид

- **монотонно убывающий**



42. Для взаимодополняющих товаров повышение цены на один из товаров приведет к:
- **понижению спроса на другой**
43. Для взаимозаменяемых товаров повышение цены на один из товаров приведет к:
- **повышению спроса на другой**
44. Для крупных закупок в условиях олигополии наиболее логично использовать метод ценообразования
- **метод тендерного ценообразования**
45. Для максимального увеличения рынка сбыта следует (в рамках ценовой политики) предпринимать следующие действия
- **устанавливать как можно более низкие цены на продукцию**
46. Для обеспечения стабильности прибыли фирма будет заинтересована продлить как можно дольше следующую стадию жизненного цикла товара
- **зрелости**
47. Для расчета уровня предельных издержек следует брать:
- **совокупные или переменные издержки — результат будет одинаковым**
48. Для скользящих цен лимит скольжения — это:
- **предел изменения цены, в рамках которого пересмотр условий договора не предусматривается**
49. Для скоропортящихся товаров в мгновенном периоде равновесная цена совпадает с:
- **ценой спроса**
50. Для случая монополии справедливо следующее высказывание:
- **товар, предлагаемый на рынок, почти всегда не имеет заменителей (субститутов)**
51. Для случая монополистической конкуренции справедливо следующее высказывание:
- **имеется большое количество продавцов и покупателей**
52. Для случая олигополии справедливо следующее высказывание:
- **на рынке имеется один или несколько крупных продавцов**
53. Для случая совершенной конкуренции справедливо следующее высказывание:
- **все продавцы предлагают на рынок однородную продукцию**
54. Для эластичности спроса по доходу справедливо утверждение, что она
- **не учитывает изменения цен товара**
55. Доля рынка, удерживаемая фирмой, оказывается для нее наиболее важной при максимизации прибыли на следующей стадии жизненного цикла товара
- **зрелости**
56. Дуополия — это:
- **частный случай олигополии**
57. Единовременная продажа крупных партий товара проводится обычно по ценам
- **оптовым**
58. Единственно верным можно считать утверждение
- **бухгалтерская прибыль равна сумме нормальной прибыли и экономической прибыли**



59. Если “А” — предприятие жилищно-коммунального хозяйства и “Б” — крупное предприятие в данном городе, то неверной следует считать ситуацию

- **«А» обслуживает объекты жилищного фонда (ОЖФ), находящиеся на балансе «Б», по решению «А»**

60. Если «перевести» эффект Гиффена на «язык» графика спроса, то данный эффект выразится следующим образом:

- **произойдет движение вверх-вправо по кривой, но сама кривая не сместится**

61. Если в результате роста цен на муку все пекарни повысили цены на хлеб, но одна не повысила, а вместо этого уменьшила вес выпекаемых буханок, то эта последняя компания применяет стратегию

- **неизменных цен**

62. Если в точке А прямая эластичность спроса равна 2,0, а в точке Б — 0,5, то об этих точках можно сказать следующее:

- **точки А и Б могут лежать на одной кривой спроса, причем точка А будет на графике левее и выше, чем Б**

63. Если в условиях совершенной конкуренции производитель максимизирует прибыль в краткосрочном периоде, и при этом его предельный доход равен 4, предельные издержки — тоже 4, средние издержки — 3,5, то цена будет равна:

- **4**

64. Если в ценовой стратегии олигополиста будет заложено решение начать ценовую войну, то основным элементом процесса разработки стратегии, обосновывающим это решение, будет ...

- **«Анализ конкуренции»**

65. Если выясняется, что продавец сознательно не выполняет нормы, установленные государством в ценообразовании, то суммы финансовых санкций и штрафов взыскивают:

- **налоговые органы по решению органов контроля цен**

66. Если говорится, что государство установило предельный уровень цен на такой-то вид продукции, это означает, что ...

- **установлен либо минимальный, либо максимальный предел движения цен на данный товар**

67. Если государство решает повысить налог на прибыль в некоторой отрасли, то компания, работающая в этой отрасли и разрабатывающая ценовую стратегию, учтет этот момент в следующем элементе процесса разработки стратегии

- **«Финансовый анализ»**

68. Если государство устанавливает, что цена на товар не может понижаться, то этот предел будет называться ценой

- **твердой**

69. Если имеем товары А и Б, для которых перекрестная эластичность  $e_{AB} = -0,7$ , эластичность по доходу равна для А плюс 0,5, для Б плюс 1,3, то это могут быть ...

- **ржаной хлеб и хлеб из отрубей (диетический)**

70. Если компания занимается продажей сложной аппаратуры, требующей постоянного технического обслуживания, причем рынок олигополистический, а товар — в стадии зрелости, то этой компании следует воспользоваться стратегией

- **«связанного» ценообразования**

71. Если компания решила выйти на рынок с совершенно уникальным изделием, то ей следует воспользоваться стратегией

- **высоких цен**



72. Если компания хочет установить цены таким образом, чтобы как можно быстрее рассчитаться по взятым в кредит средствам, то это будет учтено в следующем элементе процесса разработки ценовой стратегии ...

- **«Уточнение финансовых целей фирмы»**

73. Если компания-олигополист устанавливает на свой товар-новинку максимально высокую цену, то это будет ценовая политика ...

- **премиального ценообразования («снятие сливок»)**

74. Если компания, занимающаяся авиаперевозками, в связи с понижением тарифов покупает новый Ту-204, то это будут затраты ...

- **частично возвратные**

75. Если компания, работающая в некоторой отрасли, разрабатывает ценовую стратегию, то введение государством предельных цен на продукцию компании будет учтено на следующем этапе процесса разработки стратегии

- **стратегического анализа**

76. Если коэффициент эластичности выражает процентное изменение объема спроса и цен, вводить в формулу множитель 100%

- **можно, но это ничего не изменит (100% будут в числителе и знаменателе и поэтому они взаимно сократятся)**

77. Если между газовиками и энергетиками возникает спор по поводу тарифов на энергоносители (т.е. имеет место межотраслевой ценовой конфликт), то этим вопросом должен заниматься:

- **Департамент цен при Министерстве экономики РФ**

78. Если мелкие банки США устанавливают процентную ставку по кредитам на уровне ставки Федеральной резервной системы +0,5%, то можно говорить, что они применяют стратегию

- **"следование за лидером"**

79. Если мы говорим, что на каком-то предприятии ценообразование излишне ориентировано на издержки, то речь идет об ошибке в:

- **ценовой политике**

80. Если один из серии похожих товаров обладает меньшей ценовой эластичностью, чем все остальные, то это говорит ...

- **о его рыночной силе (конкурентоспособности)**

81. Если оптовая база осуществляет поставки крупных партий товаров по закупочным ценам, то в состав этих цен будут входить (помимо прочего) из перечисленного, следующие элементы:

- **прибыль производителя**
- **себестоимость производителя**
- **снабженческо-оптовая надбавка**

82. Если предприятие производит маркетинговые исследования, это будут затраты ...

- **невозвратные**

83. Если при цене 10 руб. объем спроса на товар составит 20 ед., а при цене 50 руб. этот товар уже никто не хочет покупать, то, упрощая график спроса до линейного, его можно выразить уравнением

- **$p(q) = 50 - 2q$**

84. Если равновесная цена товара оценивается в 1000 руб., а компания устанавливает цену 995 руб., то она применяет стратегию

- **психологических цен**

85. Если средние издержки умножить на объем выпуска, то получим

- **уровень совокупных издержек**



86. Если товар ориентирован на покупателей с высокими доходами, то следует применять стратегию
- **высоких цен**
87. Если фирма выбирает политику лидерства в качестве по некоторой продукции, то это отразится на рентабельности этой продукции следующим образом ...
- **может повыситься, а может и понизиться (издержки растут, цена тоже растет)**
88. Если целью ценовой политики компании является ее выживание, то ей следует воспользоваться стратегией
- **ценового прорыва**
89. Если цены на товар А повысились, и в результате этого повысился спрос на товар Б, то товары А и Б называют ...
- **взаимозаменяемыми**
90. Если эластичность кривой спроса в точке А была равна 2, то в результате ситуации, описываемой парадоксом Гиффена, эластичность в точке А может оказаться равной:
- **-1,2**
91. Закон спроса выражает зависимость между объемом спроса и уровнем потребительских доходов следующим образом:
- **напрямую не выражает (относит уровень доходов к «прочим равным условиям»)**
92. Затратное направление теории ценообразования утверждает, что в основе цены товара лежит:
- **овеществленный абстрактный (общественно необходимый) труд**
93. Затраты, практически не зависящие своим уровнем от количества выпускаемой продукции, называются:
- **фиксированными**
94. Затраты, уровень которых непосредственно определяется объемом выпуска, называются:
- **переменными**
95. Значение прямой (ценовой) эластичности, которое мог бы иметь простой столовый хлеб
- **0,15**
96. Из перечисленных, прямая (ценовая) эластичность спроса определяется переменными:
- **объем спроса**
  - **прироста объема спроса и цены**
  - **цена**
97. Из следующего списка (гипотетических) предприятий-естественных монополистов (расположенных в г. Москве), под регулирование Управления ценовой и налоговой политики г. Москвы будет подпадать:
- **бывший танковый оборонный завод, перешедший на выпуск (уникальных) велосипедов повышенной проходимости**
98. Изменение объема предложения без смещения всей кривой предложения будет иметь место в случае
- **неожиданно резкого падения спроса на продукцию**
99. Измерительная функция цены называется так потому, что она позволяет измерить:
- **количество денег, уплачиваемое за товар покупателем**
100. Информация о выигрышах компании от продаж продукции с известными затратами и отправными вариантами цены используется в следующем элементе процесса разработки ценовой стратегии компании
- **«Финансовый анализ»**



101. Использование в нашей стране затратных методов ценообразования приводит к тому, что тарифы на электроэнергию в периоды пиковых нагрузок

- **снижаются**

102. Использование регрессионного анализа в ценообразовании предполагает изучение

- **зависимости цены от набора технико-экономических факторов**

103. К категории взаимодополняемых товаров можно отнести пару:

- **ботинки и шнурки**

104. К категории взаимозаменяемых товаров можно отнести пару:

- **сигареты и папиросы**

105. К началу реформы жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) в РФ, в начале 90-х гг., предприятия ЖКХ приносили прибыль (убыток) следующего порядка:

- **приносили убыток, покрывая лишь 2-7% собственных затрат**

106. Классификация рыночных структур проводится по:

- **способности отдельного продавца (покупателя) влиять на рыночную цену**

107. Классическая олигополия означает ситуацию, при которой

- **все продавцы предлагают однородную продукцию**

108. Когда говорят о законе спроса, речь идет о (об):

- **обратной зависимости между объемом спроса и ценой**

109. Когда говорят, что низкие тарифы на пассажирские железнодорожные перевозки приводят к перекрестному субсидированию, имеют ввиду, что "выгодополучателем" являются пассажиры, а субсидии платятся за счет

- **потребителей услуг на грузовые перевозки**

110. Конечному тарифу на грузовые и пассажирские перевозки соответствует термин

- **цена брутто**

111. Концепция жизненного цикла товара утверждает, что ...

- **каждый товар находится на рынке ограниченное время вследствие его морального старения**

112. Коэффициент перекрестной эластичности может принимать значения

- **$(-\infty; \infty)$**

113. Крупная фирма-монополист будет поддерживать барьеры на входы в отрасль, применяя стратегию

- **низких цен (ценового прорыва)**

114. Максимизация прибыли достигается в случае равенства

- **предельных издержек и предельного дохода**

115. Метод сравнительной статики позволяет выделить следующие основные периоды установления равновесия

- **мгновенный, короткий, длительный**

116. Метод текущей цены ("следование за лидером") наиболее характерен для рынка следующего типа

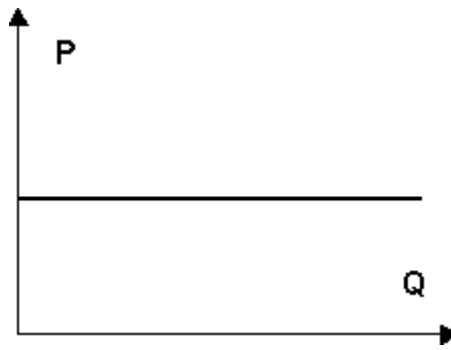
- **рынка совершенной конкуренции**





117. Метод ценообразования на основе ощущаемой ценности берет за основу

- **восприятие покупателя**



118. На рисунке изображен случай

- **совершенно эластичного спроса**



119. На рисунке изображен случай

- **совершенно неэластичного спроса**

120. НДС и акцизы не включаются в состав вида цен:

- **закупочных**

121. Не будет(-ут) оказывать практически значимого воздействия на объем спроса

- **объем предложения**

122. Некоторые авторы предлагают выделять функцию цены по балансированию спроса и предложения. Такая функция будет наиболее близка к:

- **регулирующей**

123. Неприродные затраты возникают в случае

- **фермер покупает шесть соток земли (условный пример), поскольку по закону больше шести соток он приобрести не может**

124. О ценовой политике «наступление на рынок» говорят, подразумевая, что ее цель

- **максимальное увеличение сбыта**

125. Общая стоимость поставки газа будет отличаться от базисной стоимости на величину

- **цены дополнительных услуг**

126. Объективный маржиналистский подход в теории ценообразования связан в первую очередь с именем

- **А. Маршалла**

127. Олигополия с доминирующей фирмой чаще всего возникает из-за того, что олигополист-лидер

- **пользуется работающим на него эффектом масштаба**



128. Отличие в определении величины тарифа на электроэнергию между российской и зарубежной практикой заключается, прежде всего, в:

- **методике определения величины прибыли субъекта рынка**

129. Пассивному типу ценообразования соответствует ценовая стратегия

- **"следование за лидером"**

130. Перераспределительная функция цены характеризует процесс распределения доходов

- **субъектов рынка (и покупателей, и продавцов)**

131. Период, в котором компания способна управлять как количеством трудовых ресурсов, так и объемом капитальных ресурсов, занятых в производстве, — это:

- **долгосрочный период**

132. Повышенный спрос на дорогостоящие, престижные товары находит свое отражение в:

- **эффекте Веблена**

133. Под политикой цен принято понимать:

- **общие цели, которые предприятие намерено достичь при помощи цен на свою продукцию**

134. Показатель монопольной власти Лернера в случае рынка монополистической конкуренции примет значение:

- **любое от 0 до 1**

135. Понятие «базисная цена» употребляется вместе с понятием:

- **скользящая**

136. Понятию «дуговая эластичность» более всего соответствует следующее утверждение:

- **дает большую погрешность при сильной вогнутости кривой спроса**

137. Понятию «точечная эластичность» более всего соответствует следующее утверждение:

- **рассчитывается для бесконечно малого прироста цены**

138. Правительство г. Москвы в рамках программы «Экономно расходуйте питьевую воду» решает установить фиксированные цены на продукцию компании «Кока-кола». Финансирование этой программы будет производиться за счет

- **средств бюджета г. Москвы**

139. Предельные — это цены ...

- **ниже которых цена товара не может опускаться**

140. Предположим, у нас есть товар А — маринованные грибы, и товар Б — средство против отравления. Если известно, что перекрестная эластичность  $e_{AB} = 1$  (условный пример), то перекрестная эластичность  $e_{BA}$  будет равна (выберите наиболее точный ответ):

- **любому числу в пределах  $(-\infty; \infty)$**

141. При использовании метода полных затрат (в рамках метода «издержки плюс прибыль») как промежуточный результат будет получен следующий экономический показатель

- **бухгалтерская прибыль**

142. При использовании метода предельных издержек (в рамках метода «издержки плюс прибыль»), первым промежуточным результатом расчетов будет экономический показатель

- **предельный доход**

143. При разработке ценовой политики для той или иной фазы жизненного цикла учитываются:

- **издержки, спрос (ожидаемый), время нахождения товара на рынке**



144. При разработке ценовой стратегии компании бюджетные ограничения покупателей в первую очередь анализируются в элементе

- **«Определение потенциальных покупателей»**

145. При разработке ценовой стратегии компании определение потенциальных конкурентов происходит на этапе

- **сбора исходной информации**

146. При разработке ценовой стратегии, в рамках элемента «Определение потенциальных покупателей» специалистами компании не будут анализироваться следующие данные:

- **возможности ценовой дифференциации**

147. При рассмотрении индивидуального товаропроизводителя в условиях рынка совершенной конкуренции справедливо следующее утверждение:

- **кривая спроса совершенно эластична, в то время как эластичность предложения может быть любой (внутри области определения)**

148. При расчете коэффициентов перекрестной эластичности следует помнить, что ...

- **эти коэффициенты дают сильные погрешности при больших изменениях цен на товары**

149. При расчете тарифа на коммунальные услуги в жилищно-коммунальном хозяйстве не учитывается факт

- **радиофикации**

150. При установлении тарифов на электроэнергию в подавляющем большинстве случаев применяются методы ценообразования

- **затратные**

151. При формировании стратегии целевых цен удобнее всего воспользоваться следующим методом (или методами) ценообразования

- **ценообразованием на основе анализа точки безубыточности**

152. При ценообразовании тендерным методом (методом «запечатанного конверта») окончательную цену устанавливает:

- **продавец**

153. Прибыль, рассчитанная фирмой на основе бухгалтерской документации, представляет собой разность между выручкой от реализации и суммой

- **постоянных (частично) и переменных издержек**

154. Применительно к концепции жизненного цикла товара, ценовая политика будет разрабатываться:

- **отдельно для каждой фазы жизненного цикла**

155. Про масло и маргарин можно сказать:

- **только то, что это взаимозаменяемые товары**

156. Про оптимальную цену монополиста можно сказать следующее:

- **она зависит от предельных издержек и ценовой эластичности рыночного спроса**

157. Производители, имеющие слишком высокие издержки производства, будут уходить с рынка на стадии жизненного цикла товара

- **зрелости**

158. Регулируемые — это цены, которые ...

- **регулируются государственными органами**



159. Розничная — это цена, ...

- **по которой товары продаются индивидуальным покупателям в относительно небольших объемах**

160. Рынку монополистической конкуренции наиболее соответствует следующий метод ценообразования

- **на основе ощущаемой полезности**

161. Рынку совершенной конкуренции наиболее соответствует метод ценообразования

- **«издержки плюс прибыль»**

162. С понятием «перекрестная эластичность» связаны:

- **взаимозаменяемые товары**

163. С понятием «эластичность спроса по доходу» связан(-ы):

- **недоброкачественные товары**

164. С ростом доходов потребителей (при прочих равных условиях) с кривой спроса произойдет следующее изменение:

- **кривая спроса сместится вправо**

165. С ростом цен на данный товар (при прочих равных условиях) с кривой спроса произойдет следующее изменение:

- **произойдет движение вверх-влево по той же (неизменной) кривой**

166. С ростом цен на дополняющие товары (при прочих равных условиях) с кривой спроса на данный товар произойдет следующее изменение:

- **кривая спроса сместится влево**

167. С ростом цен на товары-заместители (при прочих равных условиях) с кривой спроса на данный товар произойдет следующее изменение:

- **кривая спроса сместится вправо**

168. С точки зрения экономической теории, единственной разумной стратегией цен в условиях рынка совершенной конкуренции в долгосрочном периоде является стратегия:

- **целевых цен**

169. Связь объема спроса с ценами на товары-заменители может быть непосредственно выражена при помощи

- **функции спроса**

170. Сдвиг всей кривой предложения вправо произойдет при:

- **технологическом прорыве**

171. Ситуация, когда при росте цен на достаточно дешевые товары (например, картофель) спрос на них вдруг резко начинает повышаться, описывается:

- **парадоксом Гиффена**

172. Ситуация, когда расчет предельного дохода производителя ведется на основе всей рыночной кривой, характерна для:

- **монополии**

173. Следующий элемент процесса разработки ценовой стратегии компании оказывается излишним на рынке однородной продукции

- **«Сегментный анализ рынка»**



174. Сложности проведения рациональной тарифной политики в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) связаны преимущественно с:

- **крайне низкими доходами населения**

175. Состав розничной цены включает в себя все расходы данного предприятия розничной торговли и ...

- **торговую надбавку**

176. Специфической чертой олигополии с доминирующей фирмой можно признать то, что ...

- **в результате взаимодействия участников рынка устанавливается достаточно низкая цена**

177. Специфической чертой ценообразования на рынке электроэнергии является то, что ...

- **субъектами рынка являются естественные монополии**

178. Сравнение совершенной и монополистической конкуренции позволяет утверждать, что монополистическая конкуренция

- **использует ресурсы менее эффективно, но и стимулирует спрос, так что ни одна, ни другая форма конкуренции не является предпочтительной**

179. Стимулирующая функция цены оказывает воздействие на производителей в первую очередь при помощи

- **заключенного в цене уровня прибыли**

180. Стратегию низких цен следует применять, если ...

- **предприятие решило расконсервировать значительную часть производственных мощностей**

181. Стратегия льготного ценообразования наиболее характерна для стадии жизненного цикла товара

- **падения**

182. Субъективный маржиналистский подход в теории ценообразования рассматривает в качестве основы цены:

- **овеществленный абстрактный (общественно необходимый) труд**

183. Существование на рынке жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) естественных монополий в области тарифной политики приводит к тому, что на этих рынках

- **тарифы должны регулироваться государственными органами**

184. Тайный сговор олигополистов при повышении цен приводит к тому, что ...

- **прибыли обоих растут, а общий объем выпуска падает**

185. Такие преобразования как появление в системе жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) служб заказчика, возникновение различных форм собственности на жилье, в области тарифной политики должны привести к тому, что ...

- **тарифы будут определяться под действием конкурентной среды**

186. Тендерный метод ценообразования (метод «запечатанного конверта») наиболее характерен для следующего типа рынка

- **обычной олигополии**

187. Термин «равновесие по Вальрасу» означает, что ...

- **механизм рыночного равновесия приводится в действие за счет выравнивания излишков (дефицитов) в объемах спроса и предложения**

188. Термин «равновесие по Маршаллу» означает, что ...

- **механизм рыночного равновесия приводится в действие за счет выравнивания превышения цен спроса над ценами предложения (и наоборот)**



189. Товар быть одновременно недоброкачественным и предметом первой необходимости  
• **не может (так как приведенные два понятия являются взаимоисключающими)**
190. Товар, например кофе, будет именоваться в теории ценообразования доброкачественным, если ...  
• **его эластичность по доходу положительна**
191. Товар, например телевизор, будет именоваться в экономической теории недоброкачественным, если ...  
• **его эластичность по доходу отрицательна**
192. Товары быть одновременно нормальными и независимыми  
• **могут (тогда их перекрестные эластичности близки к нулю, эластичность по доходу положительна)**
193. Товары признаются независимыми, если ...  
• **коэффициент их перекрестной эластичности равен 0**
194. Трансфертные цены применяются:  
• **крупными корпорациями при внутренних расчетах между филиалами**
195. Уравнение долгосрочного равновесия в условиях рынка совершенной конкуренции позволяет утверждать следующее:  
• **цена равна общим издержкам (включая нормальную прибыль)**
196. Условие оптимального объема выпуска индивидуального товаропроизводителя в краткосрочном периоде (в условиях совершенной конкуренции) определяется:  
• **равенством предельных издержек цене**
197. Устанавливая цену методом ценообразования на основе ощущаемой ценности, мы ориентируем эту цену на:  
• **группу покупателей (сегмент рынка), которые воспринимают значимость данного товара так, как это заранее предполагалось в планах ценообразования**
198. Установление предельной нормы рентабельности как метод государственного регулирования цен имеет следующий существенный недостаток  
• **у продавцов нет стимула снижать издержки**
199. Утверждение, что график спроса линейного вида будет иметь на всех своих точках постоянную эластичность, ...  
• **неверно**
200. Фиксированные (твердые) цены называются так потому, что они  
• **зафиксированы на определенном уровне решением органов государственной власти**
201. Цена, твердо зафиксированная в контракте, называется:  
• **договорной (твердой)**
202. Ценовая политика «снятие сливок» может быть удачно применена при условии  
• **четкого разделения рынка на несколько обособленных сегментов**
203. Ценовая политика в процессе разработки ценовой стратегии компании может изменяться:  
• **на этапе сбора исходной информации**
204. Ценовая политика максимального увеличения сбыта дает положительный эффект, если ...  
• **рост сбыта дает возможность снизить издержки производства и реализации продукции**



205. Ценовая эластичность предложения всегда

- **никак не связана с ценовой эластичностью спроса**

206. Ценовую политику «снятие сливок» в рамках концепции жизненного цикла товара лучше всего применять в фазах

- **вступления на рынок и экспансии**

207. Ценообразование на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства ведется главным образом при помощи методов ценообразования

- **затратных**

208. Цену как результат взаимодействия сил спроса и предложения исследует в теории ценообразования подход

- **объективный маржиналистский (А. Маршалл)**

209. Частые утверждения о том, что ценовая политика теряет свое значение, связаны с тем, что ...

- **все более широкое распространение получают методы неценовой конкуренции**

210. Что можно сказать о точке, в которой функция краткосрочных предельных издержек индивидуального товаропроизводителя (в условиях совершенной конкуренции) становится равной цене товара

- **это точка оптимального выпуска в краткосрочном периоде**

211. Экспериментирование с различными ценами на рынке производится продавцом в рамках метода ценообразования на основе ощущаемой полезности для того, чтобы ...

- **учесть реакцию покупателей на изменение цен**

212. Элементом второго этапа разработки ценовой стратегии компании (стратегического анализа) является:

- **«Оценка влияния государственного регулирования»**

213. Элементом первого этапа разработки ценовой стратегии фирмы — сбора исходной информации — является:

- **«Уточнение ценовой политики компании»**

---

Файл скачан с сайта [oltest.ru](http://oltest.ru)

