

**V МЕЖДУНАРОДНАЯ ОЛИМПИАДА
МИЦ «Вектор развития: ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»**

Ответьте на вопросы теста. В каждом вопросе только один правильный вариант ответа.

- 1. Цена представляет собой экономическую категорию, означающую сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар:**
 - А. ДА.
 - Б. НЕТ.
- 2. Вид ценообразования, при котором цены устанавливают преимущественно производители:**
 - А. Централизованное.
 - Б. Децентрализованное.
 - В. Рыночное.
- 3. Функция цен, которая выявляет затраты ресурсов т.е. необходимые затраты на производство и реализацию продукции:**
 - А. Стимулирующая.
 - Б. Учетная.
 - В. Размещения капитала и производства.
 - Г. Распределительная.
 - Д. Сбалансирования спроса и предложения.
- 4. Функция цен, которая позволяет за счет получаемой прибыли предприятия повышать эффективность производства: внедрять новую технику, технологию, обеспечивающую выпуск конкурентоспособной продукции:**
 - А. Стимулирующая.
 - Б. Учетная.
 - В. Размещения капитала и производства.
 - Г. Распределительная.
 - Д. Сбалансирования спроса и предложения.
- 5. Функция цен, которая выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом и установление равновесной цены, которая отражает интересы, как производителя, так и потребителя:**
 - А. Стимулирующая.
 - Б. Учетная.
 - В. Размещения капитала и производства.
 - Г. Распределительная.
 - Д. Сбалансирования спроса и предложения.

6. **Это единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические отношения всех участников рынка:**
- А. Прейскурант.
 - Б. Накладная.
 - В. Система цен.
7. **Отображают оборот импортируемой в страну и экспортируемой из страны продукции:**
- А. Национальные (внутренние цены).
 - Б. Внешнеторговые цены.
 - В. Мировые цены.
8. **Это цены, по которым промышленная продукция реализуется всем категориям потребителей, кроме населения, независимо от форм собственности:**
- А. Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.
 - Б. Цены на продукции строительства.
 - В. Оптовые цены на продукцию промышленности.
 - Г. Цены на потребительские товары.
 - Д. Тарифы на услуги.
9. **Используются для реализации товаров в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям:**
- А. Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.
 - Б. Цены на продукции строительства.
 - В. Оптовые цены на продукцию промышленности.
 - Г. Цены на потребительские товары.
 - Д. Тарифы на услуги.
10. **Это система ставок, по которым предприятия сферы услуг реализуют их любым потребителям:**
- А. Закупочные цены на продукцию сельского хозяйства.
 - Б. Цены на продукции строительства.
 - В. Оптовые цены на продукцию промышленности.
 - Г. Цены на потребительские товары.
 - Д. Тарифы на услуги.
11. **Выберите факторы спроса, формирующие цену:**
- А. Уровень сбережений, совокупность потребительских свойств товара, полезность товара.
 - Б. Общее количество товара на рынке, уровень запасов данного товара у всех возможных производителей и уровень запасов у данного продавца.
 - В. Нет правильного ответа.

- 12. Выберите факторы предложения, формирующие цену:**
- А. Уровень сбережений, совокупность потребительских свойств товара, полезность товара.
 - Б. Общее количество товара на рынке, уровень запасов данного товара у всех возможных производителей и уровень запасов у данного продавца.
 - В. Нет правильного ответа.
- 13. Это такой подход к установлению цены на товар или на всю производимую продукцию, который обеспечивает выживание предприятия в складывающихся рыночных условиях:**
- А. Учетная политика предприятия.
 - Б. Ценовая стратегия предприятия.
 - В. Ценовая политика предприятия.
- 14. Это обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной (желаемой) прибыли для предприятия на рынке в пределах планируемого периода:**
- А. Учетная политика предприятия.
 - Б. Ценовая стратегия предприятия.
 - В. Ценовая политика предприятия.
- 15. Основана на том, цена устанавливается на достаточно низком уровне по отношению к экономической ценности данного товара:**
- А. Стратегия нейтрального ценообразования.
 - Б. Стратегия ассортиментного ценообразования.
 - В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
 - Г. Стратегия премиального ценообразования.
 - Д. Стратегия ценового прорыва.
- 16. Предполагает установление цены на товар на таком уровне, который воспринимается как слишком высокий по отношению к его экономической ценности:**
- А. Стратегия нейтрального ценообразования.
 - Б. Стратегия ассортиментного ценообразования.
 - В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
 - Г. Стратегия премиального ценообразования.
 - Д. Стратегия ценового прорыва.
- 17. Применима тогда, когда у предприятия имеется набор аналогичных, сопряженных или взаимозаменяемых товаров:**
- А. Стратегия нейтрального ценообразования.
 - Б. Стратегия ассортиментного ценообразования.

- В. Стратегия дифференцированного ценообразования.
- Г. Стратегия премиального ценообразования.
- Д. Стратегия ценового прорыва.
- 18. В большинстве случаев потребители по-разному относятся к значимости (ценности для себя) одних и тех же товаров, предлагаемых рынком. Это объясняется тем, что:**
- А. Структура потребностей и их ранжирование по значимости зависит от множества как личностных, так и внешних факторов.
- Б. В разные периоды времени у одного и того же потребителя доминирующие потребности могут меняться.
- В. Средства, доступные потребителям для удовлетворения потребностей всегда ограничены и, как правило, не достаточны.
- Г. Все ответы верны.
- 19. Цена ФСА – «франко-перевозчик в указанном месте» означает, что:**
- А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:
- Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.
- 20. Цена ДЕС – «поставка с судна в порту назначения» означает, что:**
- А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:
- Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.
- 21. Цена ДАФ – «поставка до границы в указанный пункт» означает, что:**
- А. Продавец выполнит свои обязательства по поставке (доставке) товара только после того, как передаст товар, прошедший таможенную очистку при экспортировании, в распоряжение назначенного покупателем перевозчика товара во взаимосогласованном месте:

- Б. Продавец выполнил свои обязательства по поставке, если товар был передан в распоряжение покупателя на борту судна, но не прошел таможенную очистку в согласованном порту назначения.
- В. Продавец выполнил свои обязательства по поставке тогда, когда поставил товар, очищенный от экспортных таможенных пошлин, в согласованный пункт и место на границе, но до поступления на таможенную границу соседней страны.
- 22. Вмешательство государства в процессы рыночного ценообразования является попыткой воздействовать на цены с помощью законодательных, административных и бюджетных мероприятий:**
- А. ДА.
Б. НЕТ.
- 23. Фиксация цен, то есть ограничения на рыночное движение цены со стороны государственных и муниципальных органов могут проявляться в следующих формах:**
- А. Введение государственных прейскурантных цен.
Б. «Замораживание» на определенный период времени свободных рыночных цен.
В. Фиксирование цен естественных монополистов и предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.
Г. Все ответы верны.
- 24. От того, насколько грамотно и продуманно построено ценообразование, а следовательно, насколько продумана ценовая политика фирмы, зависят ее коммерческие результаты:**
- А. ДА.
Б. НЕТ.
- 25. Установление дискриминационных цен осуществляется в зависимости от:**
- А. Покупательского сегмента.
Б. Варианта товара.
В. Местонахождения товара.
Г. Времени.
Д. Все ответы верны.
- 26. Затратный метод - это самый простой метод в ценообразовании. Он заключается в том, что цена на товар определяется на основе всех издержек плюс определенный фиксированный процент прибыли:**
- А. ДА.
Б. НЕТ.
- 27. Стратегия снятия сливок заключается:**
- А. Продаже нового товара с низкой цены, чтобы товар как можно быстрее достиг стадии роста жизненного цикла, и в сравнительно короткий период за счет низкой цены для него был создан массовый рынок.
Б. Такой стратегии нет.

В. В последовательном ступенчатом охвате различных доходных сегментов рынка.

28. Эффект неокругленных цен, когда цена 399 рублей вызывает больше доверия, чем 400 рублей это психологический принцип ценообразования:

А. ДА.

Б. НЕТ.

29. Предприятие должно постоянно отслеживать изменения факторов, влияющих на цену:

А. ДА.

Б. НЕТ.

30. Ценообразование – это одно из важнейших составляющих маркетинговой деятельности любого предприятия:

А. ДА.

Б. НЕТ.