

Тесты по Ценообразованию

Тесты Ценообразование.

1. Цена – это:

- а) денежное выражение стоимости,
- б) денежное выражение себестоимости.

2. Издержки обращения – это:

- а) когда фирмы осуществляют сбытовую, торгово – посредническую деятельность,
- б) когда фирмы занимаются производственной деятельностью.

3. Себестоимость – это:

- а) выраженные в денежной форме текущие затраты предприятия на производство и сбыт продукции, выполнение работ и предоставление услуг,
- б) это стоимость продукции со всеми производственными затратами, включая торговую наценку и затраты на сбыт продукции.

4. Можно ли пополнить запасы и создать ресурсы за счет себестоимости:

- а) да,
- б) нет.

5. Затраты на производство группируют:

- а) по их однородному производственному признаку,
- б) по их экономическому содержанию.

Тест 2. Цели установления цены и этапы ценообразования.

1. Для определения себестоимости пользуются группировкой:

- а) затрат,
- б) доходов,
- в) изделий.

2. По характеру участия в производственном процессе затраты подразделяются на:

- а) основные и косвенные,
- б) прямые и косвенные,
- в) постоянные и переменные.

3. По способу отнесения на себестоимость отдельного вида продукции издержки подразделяются на:

- а) основные и косвенные,
- б) прямые и косвенные,
- в) постоянные и переменные.

4. Основные затраты связаны с:

- а) обслуживанием производства,
- б) производственным процессом,
- в) реализацией.

5. Косвенные расходы включаются в себестоимость путем:

- а) сокращения,
- б) распределения,
- в) целевой направленности.

6. Технологическая себестоимость – это:

- а) сумма транспортных расходов,
- б) сумма затрат на осуществление технологического процесса,
- в) сумма затрат на выплату зарплаты.

7. Полная себестоимость – это:

- а) сумма затрат на производство,
- б) затраты цеха на производство,
- в) сумма затрат на производство и сбыт.

8. Условно-постоянные затраты:

- а) зависят от объема продукции,
- б) не зависят от объема продукции.

9. В себестоимости единицы продукции постоянные затраты изменяются:

- а) прямо пропорционально изменению объема производства,
- б) обратно пропорционально изменению объема производства,
- в) не изменяются с изменением объема производства.

10. Себестоимость продукции образуют:

- а) переменные затраты,
- б) условно-постоянные затраты,
- в) сумма условно постоянных и переменных.

11. Переменные затраты:

- а) изменяются пропорционально объему выпускаемой продукции,
- б) не изменяются с изменением объема производства,

в) изменяются обратно пропорционально изменению объема выпускаемой продукции.

12. Калькуляция в отличие от затрат на производство учитывает:

- а) доходы,
- б) расходы,
- в) остаток.

13. На производство продукции цеховая себестоимость включает в себя:

- а) затраты цеха,
- б) затраты предприятия,
- в) общехозяйственные затраты.

14. Производственная себестоимость включает в себя:

- а) полную себестоимость,
- б) ценовую себестоимость,
- в) технологическую себестоимость.

15. Исходной для рассчитываемой цены единицы продукции для отдельного предприятия является:

- а) средне отраслевая себестоимость,
- б) полная себестоимость,
- в) индивидуальная себестоимость.

Тест 3. Методические подходы к установлению цены.

1. По функциям в процессе управления и планирования различают:

- а) сметную себестоимость,

- б) индивидуальную себестоимость,
- в) нормативную себестоимость.

2. График отражает:

затраты

- а) переменные затраты на весь выпуск,



3 б) условно-постоянные затраты на весь выпуск,

- в) условно-постоянные затраты V_1 V_2 V_3 объем на единицу продукции.

Тест 4. Факторы, влияющие на установление цены.

1. Цена – это:

- а) сумма затрат на производство продукции,
- б) себестоимость продукции,
- в) денежное выражение стоимости товара.

2. Какую роль играет стимулирующая функция цены:

- а) балансирует спрос и предложение,
- б) при повышении цены стимулирует предприятие к выпуску прогрессивных видов продукции, и наоборот,
- в) обеспечивает возмещение затрат на производство и реализацию, а также образование прибыли.

3. Какие из условий влияют на рыночный механизм ценообразования:

- а) количество субъектов рынка,
- б) покупательная способность населения,
- в) степень индивидуализации продукции,
- г) скорость товарооборота продукции.

4. Из каких этапов состоит процесс выработки промышленной стратегии в области установления цен на продукцию:

- а) оценка спроса,
- б) реклама продукции,
- в) изучение цен на продукцию конкурентов,
- г) изучение рынка рабочей силы,
- д) выбор метода ценообразования.

5. Какими из методов осуществляется государственное регулирование в сфере ценообразования:

- а) замораживанием цен,
- б) регулированием цен на ресурсы и сырье,
- в) налоговой политикой в сфере ценообразования,
- г) определением перечня продукции и услуг, подлежащих государственному регулированию, в т. ч. и монополизацией,
- д) установлением предельных уровней цен и тарифов, а также торговых надбавок (скидок).

6. Какие из факторов влияют на установление цены:

- а) валовый доход предприятия,
- б) имидж предприятия,
- в) место расположения предприятия,

г) ассортимент,

д) ценовые скидки.

7. На каком этапе выработки промышленной стратегии большее влияние уделяется соотношению цены и качества продукции:

а) оценки спроса,

б) установления целей ценообразования,

в) учета факторов, влияющих на установление цены,

г) изучении цен на продукты конкурентов.

8. Какие рычаги используют органы государственного управления, строя свои отношения с товаропроизводителями:

а) налоговую и финансово-кредитную политику,

б) госзаказы на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг,

в) установление плановых показателей по отраслям производства.

9. Какие экономические функции выполняет цена:

а) регулирующую,

б) регистрирующую,

в) стимулирующую,

г) статистическую,

д) учетную.

10. Чем определяется установление оптимальной цены на продукцию:

а) эластичностью спроса,

б) степенью развития маркетинговой информации,

- в) наличием конкуренции,
- г) наличием прямых связей с поставщиками.

Тест 5. Методы установление цены.

1. В зависимости от учета в цене затрат на производство и сбыт, а также прибыли цены подразделяются на:
 - а) свободные и рыночные,
 - б) оптовые и розничные,
 - в) свободные и преискурантные.
2. В зависимости от территориальной дифференциации цены делятся на:
 - а) общегосударственные, региональные, зональные, поясные,
 - б) региональные, зональные, поясные, временные,
 - в) временные, разовые, зональные, поясные.
3. По сроку действия цены делятся на:
 - а) скользящие, постоянные, разовые,
 - б) постоянные. временные, с последующей фиксацией,
 - в) постоянные, временные, разовые.
4. Цены, указанные в контракте, могут быть трех видов:
 - а) твердые, временные, разовые,
 - б) твердые, с последующей фиксацией, скользящие,
 - в) единые, региональные, зональные.
5. Цена на товар существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях – это:

- а) твердая цена,
- б) демпинговая цена,
- в) временная цена.

6. Цена, включающая оптовую цену, затраты и прибыль торговых организаций, – это:

- а) свободная цена,
- б) прейскурантная цена,
- в) розничная цена.

7. Цена, не изменяющаяся за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям, – это:

- а) твердая цена,
- б) единая цена,
- в) поясная цена.

8. Цена, устанавливаемая производителем товара самостоятельно в рыночных условиях, – это:

- а) оптовая цена,
- б) розничная цена,
- в) свободная цена.

9. Цена, зависящая от экономического положения страны-экспортера, – это:

- а) демпинговая цена,
- б) договорная цена,
- в) скользящая цена.

10. Цена, которая может изменяться в определенных пределах, не

превышая заданного уровня, – это:

- а) фиксированная цена,
- б) регулируемая цена,
- в) договорная цена.

Тест 6. Цены и сферы их действия.

1. Колебание цен зависит от следующих факторов:

- а) затрат производства,
- б) изменения спроса,
- в) отдаленности рынка сбыта,
- г) стоимости упаковки.

2. Какие цены устанавливает торговая организация:

- а) оптовые,
- б) розничные,
- в) базовые,
- г) все выше перечисленные.

3. Базовые цены включают:

- а) оптовую цену производителя + затраты и прибыль оптовых продавцов,
- б) оптовые цены + затраты и прибыль торговых организаций,
- в) устанавливаются на предварительные виды продукции определенного назначения с фиксированными параметрами качества,
- г) верны а) и б).

4. По степени учета затрат и прибыли цены бывают:

- а) оптовые,
- б) преysкурaнтные,
- в) покупателя,
- г) розничные.

5. Свободные и преysкурaнтные цены – это виды цен в зависимости от:

- а) степени учета затрат и прибыли,
- б) степени самостоятельности предприятия,
- в) региона реализации,
- г) учета транспортных расходов.

6. Какие цены в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно:

- а) преysкурaнтные,
- б) цены каталога,
- в) цены НЕТТО,
- г) свободные.

7. Какие цены устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон:

- а) цены продавца,
- б) цены покупателя,
- в) договорные цены,
- г) верны а) и б).

8. Фиксированные цены:

- а) утверждаются государством и местными органами власти как постоянные и действуют на протяжении определенного времени,
- б) устанавливаются в договоре между продавцом и покупателем по согласованию сторон,
- в) официальные цены, публикуемые в каталогах и проспектах фирм оптовой торговли,
- г) в рыночных условиях устанавливаются производителем товара самостоятельно.

9. Фактическая денежная сумма покупки товара на рынке, по которой осуществляются сделки купли-продажи или по которым покупатель готов приобрести товар, – это:

- а) свободные цены,
- б) цены каталога,
- в) цены покупателя,
- г) договорные цены.

10. Чистая цена товара на месте его купли-продажи – это:

- а) фиксированная цена,
- б) цена продавца,
- в) регулируемая цена,
- г) цена НЕТТО.

11. Цена, указанная в контракте, может быть:

- а) твердая,
- б) свободная,
- в) скользящая,

г) не верны а) и г).

12. Цена, указываемая в контракте, на определенную календарную дату – это:

- а) твердая цена,
- б) демпинговая цена,
- в) фиксированная цена,
- г) цена с последующей фиксацией.

13. Цены, сложившиеся на международном рынке на соответствующий товар к моменту осуществления экспортных операций:

- а) твердые,
- б) с последующей фиксацией,
- в) индикативные,
- г) демпинговые.

14. Скользящая цена:

- а) указывается в контракте на определенную календарную дату,
- б) зависит от изменения экономического положения страны-экспортера,
- в) существенно более низкая, чем при обычных коммерческих операциях,
- г) неизменная за период с момента подписания контракта до поступления товара к покупателям.

15. В зависимости от территориальной дифференциации цены бывают:

- а) региональные,

- б) фиксированные,
- в) индикативные,
- г) свободные.

16. Цены, которые устанавливаются местными органами власти на отдельные товары:

- а) единые,
- б) региональные,
- в) поясные,
- г) зональные.

17. Поясные цены:

- а) устанавливаются государством на отдельные товары и услуги на всей территории государства,
- б) устанавливаются на продукцию добывающих отраслей промышленности с учетом разного уровня себестоимости добычи в тех или иных природно-географических условиях,
- в) устанавливаются по районам потребления продукции с учетом места ее производства и затрат на транспортировку в другие районы,
- г) устанавливаются местными органами власти на отдельные товары, работы, услуги.

18. Какие из цен относятся к классификации по сроку действия:

- а) постоянные,
- б) зональные,
- в) скользящие,
- г) разовые.

19. Во внутренней торговле цены в зависимости от условий поставки товаров отличаются по:

- а) времени действия,
- б) степени учета в них затрат и прибыли,
- в) видам ФРАНКО,
- г) от территориальной дифференциации.

20. Ступенчатые цены являются разновидностью:

- а) постоянных,
- б) временных,
- в) разовых,
- г) поясности.

Тест 7. Калькулирование цены.

1. Прибыль – это:

- а) валовый доход предприятия,
- б) валовый доход за вычетом налогов,
- в) часть валового дохода предприятия за вычетом всех затрат на производство и коммерческую деятельность,
- г) выручка от реализации продукции.

2. Необходимая прибыль – это:

- а) выражение в денежной форме текущих поступлений,
- б) сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия,
- в) сумма валовых расходов и амортизационных отчислений,

г) источник уплаты налогов.

3. Предельная прибыль может быть:

а) предельно высокой,

б) предельно низкой,

в) предельно наглядной,

г) предельно выгодной

4. Рентабельность – это относительный показатель эффективности производства:

а) в общем виде,

б) в текущих затратах,

в) в стоимости капитала,

г) в балансовой прибыли.

5. Норма прибыли – это:

а) отношение прибыли к затрате,

б) норма завышения,

в) стоимость капитала,

г) отношение доходности к эффективности.

6. Показатель рентабельности производства – это:

а) собственный капитал и сбыт,

б) несколько завышенная производственно-хозяйственная деятельность предприятия,

в) эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия,

г) порядок использования чистого продукта.

7. Сумма, достаточная для поддержания производственно-хозяйственной деятельности предприятия при достигнутых объемах выпуска продукции:

а) необходимая,

б) предельная,

в) балансовая,

г) чистая.

8. Рентабельность – это отношение:

а) краткосрочное задолженности к собственному капиталу,

б) прибыли к затратам,

в) прибыли к краткосрочной задолженности,

г) собственного капитала к прибыли.

Тесты 8. Особенности ценообразования в производственной и непроизводственной сфере.

1. Совокупность экономических и организационных мер, направленных на достижение с помощью цен лучших результатов хозяйственной деятельности, обеспечение устойчивого сбыта, получение достаточной прибыли – это:

а) жизненный цикл товара,

б) стратегия рыночного поведения,

в) ценовая политика.

2. Стадия зарождения, внедрение, рост, зрелость, спад – это:

а) классический маркетинг,

б) диверсифицированное развитие,

в) жизненный цикл товара,

г) а) и в).

3. Интегрированное развитие – это:

а) обеспечение роста доходов на основе объединения с другими предприятиями,

б) разработка новых видов товара или освоение новых видов деятельности,

в) увеличение объема продаж и прибыли на своем сегменте рынка.

4. К наиболее типичным ценовым стратегиям относятся :

а) сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности и других экономических показателях,

б) стратегия ценообразования, ограничивающая конкуренцию,

в) стратегия демпинговых цен,

г) расширение доли рынка,

д) а) и г).

5. К запрещенным ценовым стратегиям относятся:

а) максимизация прибыли, повышение уровня рентабельности,

б) монополистическое ценообразование,

в) демпинговые цены,

г) расширение доли рынка,

д) б) и в).

6. интенсивное развитие исходит из того, что:

а) экстенсивный путь себя исчерпал и нужно выходить на новые рынки либо разрабатывать модификации существующего товара,

- б) предприятие разрабатывает принципиально новые товары, осваивает новые виды деятельности,
- в) развитие предполагает обеспечение роста доходов на основе объединения с другими предприятиями.