

БУДІВЕЛЬНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра “Будівельні, колійні та
вантажно-розвантажувальні машини”**

Т Е С Т И

**для складання іспитів і самостійної роботи студентів
з дисципліни**

***"ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ
МАШИН"***

Харків 2011

Тести розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри БКВРМ 12 жовтня 2009 р., протокол №2.

Тести охоплюють основні розділи курсу дисципліни "Організація і планування експлуатації машин":

- основи аналізу попиту і пропонування;
- еластичність попиту і пропонування;
- теорія поведінки споживачів;
- теорія виробництва, економічний аналіз витрат;
- досконала конкуренція;
- недосконала конкуренція;
- олігополія та монополістична конкуренція.

Тести призначені для складання іспитів та самопідготовки студентів IV-VI курсів спеціальності 8.090214 "Підйомно-транспортні, будівельні, дорожні, меліоративні машини і обладнання" усіх форм навчання.

Укладач

доц. Є.В. Романович

Рецензент

доц. Л.М. Козар

Т Е С Т И

для складання іспитів і самостійної роботи студентів
з дисципліни

"ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ МАШИН"

Відповідальний за випуск Романович Є.В.

Редактор Решетилова В.В.

Підписано до друку 04.12.09 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,0. Тираж 150. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту
61050, Харків - 50, майдан Фейербаха, 7
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Міністерство транспорту та зв'язку України

Українська державна академія залізничного транспорту

**Кафедра "Будівельні, колійні та
вантажно-розвантажувальні машини"**

Т Е С Т И

для складання іспитів і самостійної роботи студентів

з дисципліни

**"ОРГАНІЗАЦІЯ І ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ
МАШИН"**

для студентів спеціальності

8.090214 "Підйомно-транспортні, будівельні, дорожні,
меліоративні машини і обладнання"

усіх форм навчання

2011

Тести розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри БКВРМ 12 жовтня 2009 р., протокол №2.

Тести охоплюють основні розділи курсу дисципліни "Організація і планування експлуатації машин":

- основи аналізу попиту і пропонування;
- еластичність попиту і пропонування;
- теорія поведінки споживачів;
- теорія виробництва, економічний аналіз витрат;
- досконала конкуренція;
- недосконала конкуренція;
- олігополія та монополістична конкуренція.

Вони призначені для складання іспитів та самопідготовки студентів IV-VI курсів спеціальності 8.090214 "Підйомно-транспортні, будівельні, дорожні, меліоративні машини і обладнання" усіх форм навчання.

Укладач

доц. Є.В.Романович

Рецензент

доц. Л.М.Козар

Зміст

| | | |
|---|---|----|
| | Вступ | 4 |
| 1 | Основи аналізу попиту і пропонування | 4 |
| 2 | Еластичність попиту і пропонування | 10 |
| 3 | Теорія поведінки споживачів | 17 |
| 4 | Теорія виробництва. Економічний аналіз витрат | 24 |
| 5 | Досконала конкуренція | 32 |
| 6 | Недосконала конкуренція | 36 |
| 7 | Олігополія та монополістична конкуренція | 40 |
| | Список літератури | 45 |

Вступ

Тести охоплюють курс дисципліни "Організація і планування експлуатації машин". Кожне тестове питання містить як сам текст питання, так і варіанти відповідей на нього. В кожному тестовому питанні є лише одна правильна відповідь.

Під час складання модулів, заліків або іспитів студент одержує певні тестові питання, кількість яких заздалегідь вказується викладачем. Тривалість тестування також заздалегідь обумовлює викладач.

Студент може одержати такі оцінки:

- "А" ("відмінно", "5") - якщо студент надав правильні відповіді не менш ніж на 90 % питань тесту;

- "В" ("дуже добре", "4+") - якщо студент надав правильні відповіді не менш ніж на 82 % питань тесту;

- "С" ("добре", "4") - якщо студент надав правильні відповіді не менш ніж на 75 % питань тесту;

- "D" ("задовільно", "3+") - якщо студент надав правильні відповіді не менш ніж на 69 % питань тесту;

- "Е" ("задовільно", "3") - якщо студент надав правильні відповіді не менш ніж на 60 % питань тесту;

- "FХ" ("незадовільно", "2") - якщо студент надав правильні відповіді менш, ніж на 60 % питань тесту.

Підсумкова (семестрова) оцінка визначається як середнє арифметичне усіх складених модулів. Додатково викладач може враховувати якість роботи студента під час аудиторних занять та при виконанні контрольних (курсівих) робіт. Якщо запропонована викладачем підсумкова оцінка не влаштовує студента, то він має право покращити її шляхом складання заліку (іспиту) із використанням даних тестів.

1 Основи аналізу попиту та пропонування

ΛЗакон попиту припускає, що:

- перевищення пропонування над попитом викличе зниження ціни;

- якщо доходи у споживачів ростуть, то вони зазвичай купують більше товарів;

- крива попиту зазвичай має позитивний нахил;
- коли ціна товару падає, обсяг планованих покупок росте.

∨

∧ Чим можна пояснити зрушення кривої попиту на товар X?

- пропонування товару X з деякої причини зменшилося;
- ціна товару X виросла, і, як наслідок цього, споживачі вирішили менше купувати цього товару;
- смаки споживачів викликали цікавість до товару X, і тому вони хочуть купувати його при будь-якій ціні більше, ніж раніше;
- ціна товару X впала, тому споживачі вирішили купувати його більше, ніж раніше.

∨

∧ Зростання цін на матеріали, необхідні для виробництва товару X, викличе:

- зрушення кривої попиту вгору (або вправо);
- зрушення кривої пропонування вгору (або вліво);
- зрушення кривої попиту і кривої пропонування вгору;
- зрушення кривої пропонування вниз (або вправо).

∨

∧ Який термін відображає здатність і бажання людей платити за що-небудь?

- потреба;
- попит;
- необхідність;
- бажання.

∨

∧ Якщо попит падає, крива попиту зсувається:

- вниз і вліво;
- за ходом годинникової стрілки;
- вгору і вправо;
- проти обертання годинникової стрілки.

∨

∧ Зміна якого чинника не викликає зрушення кривої попиту?

- смаків і переваг споживачів;
- розміру або розподілу національного доходу;
- ціни товару;
- чисельності або віку споживачів.

∨

∧Вдосконалення технології зсуває:

- криву попиту вгору і вправо;
- криву попиту вниз і вправо;
- криву пропонування вниз і вправо;
- криву пропонування вгору і вліво.

∨

∧Готовність купувати додаткові одиниці товару тільки за нижчою ціною краще всього пояснює:

- ефект заміщення;
- принцип спадної граничної корисності;
- ефект доходу;
- закон пропонування.

∨

∧Ринок товарів і послуг знаходиться в рівноважному стані, якщо:

- попит дорівнює пропонуванню;
- ціна дорівнює витратам плюс прибуток;
- рівень технології змінюється поступово;
- обсяг пропонування дорівнює обсягу попиту.

∨

∧Якщо ринкова ціна нижча рівноважної, то:

- з'являються надлишки товарів;
- виникає дефіцит товарів;
- формується ринок покупця;
- падає ціна ресурсів.

∨

∧Якщо пропонування і попит на товар зростають, то:

- ціна підвищиться;
- збільшиться загальна кількість товару;
- ціна залишиться стабільною;
- добробут суспільства зросте.

∨

∧Якщо ціна товару нижча за точку перетину кривих попиту і пропонування, то виникне:

- надлишок;
- дефіцит;
- росте безробіття;
- всі варіанти неправильні.

∨

∧Купівля товарів за низькою ціною на одному ринку і продаж його за високою ціною на іншому не є:

- операцією з метою отримання прибутку;
- засобом підвищення пропонування на ринку з високим рівнем цін;
- причиною цінових відмінностей на конкретних ринках;
- засобом підвищення попиту на ринку з високим рівнем цін.

∨

∧Закон пропонування, якщо ціни ростуть, а інші умови незмінні, виявляється:

- у зростанні пропонування;
- у зниженні пропонування;
- у зростанні обсягу пропонування;
- у падінні обсягу пропонування.

∨

∧Попит і пропонування можуть бути використані для пояснення координуючої ролі ціни:

- на товарному ринку;
- на ринку ресурсів;
- на валютному ринку;
- на будь-якому ринку.

∨

∧Цілком вірогідно, що причиною падіння ціни на продукт є:

- зростання податків на приватне підприємництво;
- зростання споживацьких доходів;
- падіння цін на виробничі ресурси;
- падіння ціни на взаємодоповнюючий товар.

∨

∧Що може викликати падіння попиту на товар X?

- зменшення доходів споживачів;
- збільшення цін на товари-субститути товару X;
- очікування зростання цін на товар X;
- падіння пропонування товару X.

∨

∧Якщо два товари є взаємозамінними, то зростання ціни на перший, викличе:

- падіння попиту на другий товар;
- зростання попиту на другий товар;

- збільшення обсягу попиту на другий товар;
- падіння попиту на другий товар.

∨

∧Крива попиту показує, що при зниженні ціни росте обсяг попиту:

- так;
- ні.

∨

∧Закон спадної продуктивності чинників виробництва означає, що зниження ціни товару призводить до зростання обсягу попиту на цей товар:

- так;
- ні.

∨

∧Зрушення кривої пропонування вправо означає, що виробники пропонують більшу кількість продукту при кожному рівні цін:

- так;
- ні.

∨

∧Якщо уряд встановлює верхню межу для зростання цін, то обсяги попиту і пропонування даного товару завжди рівні:

- так;
- ні.

∨

∧Зміна споживацьких переваг призводить до руху попиту уздовж його кривої, а зростання доходів – до її зрушення.

- так;
- ні.

∨

∧Ринковий механізм використовує ціни як інструмент, що регулює розподіл.

- так;
- ні.

∨

∧Якщо ціна на якийсь товар є стійкою, то це означає, що вона встановилася на рівні перетину кривої попиту і пропонування:

- так;
- ні.

∨

∧ Будь-яка зміна цін на ресурси приведе до зрушення точки рівноваги попиту і пропонування вгору або вниз по кривій попиту:

- так;

- ні.

∨

∧ За інших рівних умов поганий урожай картоплі приведе до зростання цін на чіпси:

- так;

- ні.

∨

∧ У звичному розумінні два товари X і Y називаються взаємодоповнюючими, якщо зростання ціни товару Y веде (за інших рівних умов) до падіння попиту на товар X :

- так;

- ні.

∨

∧ Падіння ціни на товар приведе до зростання попиту на його товар-субститут:

- так;

- ні.

∨

∧ Розподільна функція ціни виражається в ліквідації товарних надлишків і дефіцитів:

- так;

- ні.

∨

∧ Якщо ринкова ціна нижча рівноважної, то вона знижуватиметься, бо в таких умовах попит падатиме, а пропонування зростатиме:

- так;

- ні.

∨

∧ Якщо одночасно виростуть пропонування товару і споживацькі доходи, можливо, ціна на нього не зміниться:

- так;

- ні.

∨

2 Еластичність попиту і пропонування

∧Цінова еластичність попиту буде вищою:

- на товари першої необхідності, ніж на предмети розкоші;
- у тих випадках, коли споживачі використовують даний товар з найбільшою користю для себе;
- коли альтернативні витрати виробництва товарів збільшуватимуться;
- ніж менш необхідний споживачеві товар.

∨

∧Скорочення пропонування товару веде до збільшення:

- попиту на взаємодоповнювані товари;
- загальної виручки продавця, якщо попит на товар є еластичним за ціною;
- загальної виручки продавця, якщо попит на товар є нееластичним по доходу;
- попиту на цей товар;
- попиту на взаємозамінні товари.

∨

∧У міру того, як ціна товару знижується, а величина попиту росте при лінійній функції попиту:

- загальна виручка збільшується до точки, в якій еластичність дорівнює одиниці, після чого виручка зменшується;
- еластичність попиту по доходу скорочується;
- відбувається порушення закону попиту;
- стимулюється споживання товарів-замінників;
- коефіцієнт еластичності не змінюється.

∨

∧Якщо однопроцентне скорочення ціни на товар призводить до двопроцентного збільшення обсягу попиту на нього, то цей попит:

- нееластичний;
- еластичний;
- одиничної еластичності;
- абсолютно нееластичний;
- абсолютно еластичний.

∨

∧Яке з наступних тверджень не відноситься до характеристики еластичного попиту на товар?

- коефіцієнт цінової еластичності менше одиниці.
- загальна виручка продавця скорочується, якщо ціна росте.
- покупці відносно чутливо реагують на зміни ціни.
- відносна зміна обсягу попиту більше, ніж відносна зміна ціни.
- загальна виручка продавця росте, якщо ціна зменшується.

∨

∧Яке з наступних тверджень не відноситься до характеристики нееластичного попиту на товар?

- є велика кількість товарів-замінників.
- покупці витрачають на його купівлю незначну частку свого доходу.
- даний товар є для споживачів товаром першої необхідності.
- період часу, протягом якого пред'являється попит, є дуже коротким.
- відносна зміна обсягу попиту менше, ніж відносна зміна ціни.

∨

∧Якщо зменшення ціни на 5% призводить до зниження обсягу пропонування А на 8%, то дане пропонування:

- нееластичне;
- одиничної еластичності;
- еластичне;
- абсолютно еластичне;
- абсолютно нееластичне.

∨

∧Якщо пропонування товару нееластичне, а попит на нього скорочується, то загальна виручка продавця:

- скорочується в тому випадку, якщо попит є еластичним;
- скорочується в тому випадку, якщо попит є нееластичним;
- залишається незмінною.

∨

∧Еластичність пропонування залежить головним чином від:

- кількості товарів-замінників даного продукту;
- періоду часу, протягом якого продавці можуть пристосуватися до змін цін;
- того, чи є даний товар предметом першої необхідності або розкоші;

- того, чи відноситься даний товар до предметів тривалого користування або поточного споживання;
- частки доходу споживача, що направляється на купівлю даного товару.

∨

∧ Коефіцієнт цінової еластичності попиту дорівнює:

- зменшенню ціни, поділеному на збільшення обсягу попиту;
- зміні загальної виручки (у відсотках), поділеній на збільшення обсягу попиту (у відсотках);
- зменшенню загальної виручки (у відсотках), поділеній на збільшення ціни (відсотки);
- зміні обсягу попиту (у відсотках), діленому на зміну ціни (у відсотках);
- жодному з наведених показників.

∨

∧ Крива абсолютно нееластичного попиту є:

- вертикальною лінією;
- горизонтальною лінією;
- кривою лінією;
- прямою лінією з негативним нахилом;
- кривою лінією з позитивним нахилом.

∨

∧ У випадку, якщо, незважаючи на зміну ціни товару, загальна виручка не змінюється, коефіцієнт цінової еластичності:

- більше 1;
- менше 1;
- дорівнює 0;
- дорівнює 1;
- дорівнює нескінченності.

∨

∧ Нееластичний попит означає, що:

- зростання ціни на 1% призводить до скорочення величини попиту менш ніж на 1%;
- зростання ціни на 1% призводить до скорочення величини попиту більш ніж на 1%;
- будь-яка зміна ціни не призводить до зміни загальної виручки;
- зростання ціни на 1% не впливає на величину попиту;
- жодне з тверджень не є правильним.

∨

^ Якщо будь-яка кількість товару продається за однаковою ціною, то попит на цей товар є:

- абсолютно нееластичним;
- абсолютно еластичним;
- еластичним;
- нееластичним;
- попитом одиничної еластичності.

∨

^ Яке з вказаних нижче значень коефіцієнта еластичності по доходу відноситься до товарів першої необхідності?

- менше 0.
- більше 0, але менше 1.
- більше 1.
- 1.
- жодне з наведених значень.

∨

^ Яка з вказаних відповідей стосується предметів розкоші?

- коефіцієнт еластичності попиту по доходу менше 0.
- коефіцієнт еластичності попиту по доходу більше 0, але менше 1.
- коефіцієнт еластичності попиту по доходу більше 1.
- коефіцієнт еластичності попиту по доходу рівний 1.
- жодне з наведених значень.

∨

^ Якщо ціна товару нееластичного попиту виросла з 7 до 8 дол., то виручка:

- скоротилася;
- виросла;
- залишилася незмінною.

∨

^ Фірма виробляє і продає два товари - А і В. Товар А має багато заміників, а товар В займає значну частку у витратах споживачів. Збільшення ціни на кожен товар приведе до:

- збільшення виручки від продажу товару А і скорочення виручки від продажу товару В;
- збільшення виручки від продажу товару А і товару В;
- скорочення виручки від продажу товару А і збільшення виручки від продажу товару В;
- скорочення виручки від продажу товару А і товару В;

- того, що виручка від продажу товару А і товару В залишиться незмінною.

∨

∧Цінова еластичність попиту ростиме із збільшенням тривалості періоду, протягом якого пред'являється попит, оскільки:

- доходи споживачів збільшаться;
- відбудеться зрушення вправо кривої попиту;
- виросте загальний рівень цін;
- споживачі зможуть придбати товари-замінники;
- всі відповіді правильні.

∨

∧Якщо попит на сільськогосподарську продукцію нееластичний, то при хорошому урожаї доходи фермерів:

- виростуть, оскільки збільшиться обсяг продукції, що продається;
- скоротяться, оскільки відносне зниження цін виявиться більшим, ніж відносне збільшення обсягу продажів;
- виростуть, оскільки відбудеться збільшення цін на продукцію, викликане підвищенням попиту;
- залишаться незмінними, оскільки відносне збільшення обсягу продажів буде дорівнювати відносному зниженню цін.

∨

∧Припустимо, що пропонування товару Х є абсолютно нееластичним. Якщо попит на цей товар виросте, то рівноважна ціна:

- зменшиться, а рівноважна кількість виросте;
- і рівноважна кількість зменшаться;
- збільшиться, а рівноважна кількість зменшиться;
- збільшиться, а рівноважна кількість залишиться незмінною;
- і рівноважна кількість виростуть.

∨

∧Виробник товару Х знизив ціну на свій товар на 5%, в результаті його обсяг продажу виріс на 4%. Попит на товар Х є:

- еластичним;
- нееластичним;
- попитом одиначної еластичності;
- абсолютно еластичним.

∨

∧Точка одиничної еластичності попиту знаходиться у середині кривої попиту:

- так;

- ні.

∨

∧Обсяг виручки змінюється в залежності від величини коефіцієнта цінової еластичності товару:

- так;

- ні.

∨

∧Взаємозамінні товари характеризуються прямим співвідношенням між ціною на один з них і попитом на інший:

- так;

- ні.

∨

∧Коефіцієнт цінової еластичності попиту визначається шляхом поділу зміни величини попиту на товар (у відсотках) на зміну ціни (у відсотках):

- так;

- ні.

∨

∧Якщо при зміні ціни на 1%, обсяг попиту змінюється на 5%, то попит в цьому випадку є нееластичним:

- так;

- ні.

∨

∧Якщо при скороченні ціни на підручники з 10 до 5 дол. обсяг продажів не зміниться, то попит на підручники є абсолютно нееластичним:

- так;

- ні.

∨

∧Чим менше замінників має продукт, тим більш еластичний попит на нього:

- так;

- ні.

∨

∧Чим меншу частку свого бюджету споживач витрачає на купівлю якого-небудь продукту, тим більш еластичний попит на цей продукт:

- так;

- ні.

∨

∧Крива абсолютно нееластичного попиту є вертикальною лінією:

- так;

- ні.

∨

∧Попит на предмети розкоші більш еластичний, ніж попит на товари першої необхідності:

- так;

- ні.

∨

∧Якщо із збільшенням ціни товару зменшується виручка, то попит на даний товар є еластичним:

- так;

- ні.

∨

∧Якщо коефіцієнт цінової еластичності попиту на товар становить 0,75, то такий попит є еластичним:

- так;

- ні.

∨

∧Позитивне значення коефіцієнта перехресної еластичності двох товарів означає, що ці товари є взаємозамінними:

- так;

- ні.

∨

∧Обсяг продажу товарів першої необхідності різко зростає, якщо їх ціни знижуються:

- так;

- ні.

∨

∧Цінова еластичність впродовж всієї кривої попиту не змінюється:

- так;

- ні.

∨

^Коефіцієнт цінової еластичності попиту вимірюється шляхом поділу величини змін в ціні товару на величину змін у виручці продавця:

- так;

- ні.

∨

^Цінова еластичність попиту залежить від попиту покупців на інші товари:

- так;

- ні.

∨

^Якщо доходи покупців виростуть, то споживання хліба збільшиться:

- так;

- ні.

∨

3 Теорія поведінки споживачів

^Серед наступних тверджень одне є неправильним. Вкажіть на нього:

- кожна точка на кривій байдужості означає різну комбінацію двох товарів;

- кожна точка на бюджетній лінії означає різну комбінацію двох товарів;

- всі точки на кривій байдужості означають однаковий рівень задоволення потреб;

- всі точки на бюджетній лінії означають однаковий рівень грошового доходу;

- всі точки на кривій байдужості означають однаковий рівень грошового доходу.

∨

^Збільшення доходу споживача графічно виражається в:

- зміні нахилу бюджетної лінії;

- паралельному зрушенні бюджетної лінії вправо;

- паралельному зрушенні бюджетної лінії вліво;

- зменшенні нахилу бюджетної лінії;

- збільшенні нахилу бюджетної лінії.

∨

∧Ефект доходу має місце в такому випадку:

- якщо доходи людей падають, вони купують менше даного продукту;
- здешевлення товарів призводить до того, що споживач може купити більше даного товару, не скорочуючи обсягу придбання інших товарів;
- обсяг купівель деяких товарів скорочується у міру збільшення доходів людей;
- у міру того, як доходи людей ростуть, вони зберігають частину доходу, що збільшується;
- у всіх перерахованих випадках.

∨

∧Який з наступних переліків значень загальної корисності ілюструє закон спадної граничної корисності?

- 200, 300, 400, 500;
- 200, 450, 750, 1100;
- 200, 400, 1600, 9600;
- 200, 250, 270, 280;
- 200, 350, 450, 600.

∨

∧Який з наступних переліків значень граничної корисності ілюструє закон спадної граничної корисності?

- 200, 150, 100, 50;
- 200, 300, 400, 500;
- 200, 200, 200, 200;
- 200, 250, 270, 280;
- 200, 150, 150, 150.

∨

∧Положення і нахил кривої байдужості для окремого споживача пояснюється:

- його смаками і розмірами доходу;
- тільки цінами товарів, що купуються;
- смаками, розмірами доходу і цінами на товари, що купуються;
- тільки його смаками;
- цінами товарів, що купуються, і розмірами доходу.

∨

∧Споживач витрачає 20 дол. на тиждень на купівлю товарів А і В (таблиця 1).

Таблиця 1

| ТОВАР | Ціна, центів | Кількість товару, одиниць | Загальна корисність | Гранична корисність |
|-------|-----------------|---------------------------------|------------------------|------------------------|
| А | 70 | 20 | 500 | 30 |
| В | 50 | 12 | 1000 | 20 |

Щоб одержати максимальне задоволення, споживач повинен:

- купувати менше товару А і більше товару В;
- купувати у колишній кількості товар А і більше товару В;
- купувати більше товару А і менше товару В;
- купувати більше товару А і колишню кількість товару В;
- не змінювати структуру покупок, оскільки він вже одержує максимальне задоволення.

∨

∧Закон спадної граничної корисності означає, що:

- відношення граничних корисностей до цін на предмети розкоші менше, ніж на товари першої необхідності;
- корисність, яку надає кожна подальша одиниця товару, зменшується по мірі збільшення кількості товарів, що купуються;
- відношення граничних корисностей до цін однакове для всіх товарів;
- корисність товарів, що купується, зменшується по мірі збільшення доходу споживача;
- жодна з відповідей не є правильною.

∨

∧Ефект заміщення – це зростання попиту на товар, викликане:

- зміною загального рівня цін на всі товари;
- зміною в смаках споживача, який вважає за краще купувати товари-замінники;
- зміною в реальному доході, викликаного зниженням цін на товари, що купуються;
- пропонуванням нових замінників товару;
- жодна з відповідей не є правильною.

∨

∧Споживацька рівновага на карті байдужості - це:

- будь-який перетин бюджетної лінії і кривої байдужості;
- будь-яка точка на найвищій з кривих байдужості;
- та точка, в якій нахил бюджетної лінії рівний нахилу дотичної до неї кривої байдужості;

- будь-яка точка, розташована на бюджетній лінії;
- будь-яка точка, розташована на просторі, обмеженому бюджетною лінією.

∨

∧Яке з наступних тверджень є неправильним?

- кожна точка на кривій байдужості означає комбінацію двох товарів;
- кожна точка на бюджетній лінії означає комбінацію двох товарів;
- всі точки на кривій байдужості означають однаковий рівень корисності;
- всі точки на бюджетній лінії означають однаковий рівень корисності;
- нахил кривої байдужості характеризує норму, відповідно до якої одне благо може бути заміщене іншим благом без зміни рівня корисності для споживача.

∨

∧Гранична норма заміщення товару А товаром В означає:

- скільки одиниць товару А споживач купує, коли ціна товару В зменшується на 1 дол;
- у якому ступені збільшується гранична корисність, якщо споживання товарів А і В збільшується на 1 одиницю;
- скільки одиниць товару В споживач купує, коли його дохід зростає, а споживання товару А залишається колишнім;
- від якої кількості одиниць товару А споживач готовий відмовитися в обмін на отримання однієї одиниці товару В, щоб загальна корисність залишилася незмінною.

∨

∧Теорія споживацької поведінки припускає, що споживач прагне максимізувати:

- різницю між загальною і граничною корисністю;
- загальну корисність;
- середню корисність;
- граничну корисність;
- кожен з перерахованих величин.

∨

∧Щоб опинитися у стані рівноваги (максимізувати корисність) споживач повинен:

- не купувати недоброякісних товарів;
- бути упевненим, що ціни всіх товарів, що купуються, пропорційні загальним корисностям;
- врівноважувати граничні корисності останніх одиниць товарів, що купуються;
- бути упевненим, що ціна кожного товару дорівнює граничній корисності грошей;
- розподіляти дохід так, щоб останній долар, витрачений на купівлю якого-небудь товару, приносив такий же приріст корисності, як і долар, витрачений на купівлю іншого товару.

∨

∧ Якщо споживач вибирає комбінацію, представлену точкою, що лежить на площині, обмеженій бюджетною лінією, то він:

- максимізує корисність;
- бажає купити більше товарів, ніж дозволяє його бюджет;
- не повністю використовує свій бюджет;
- знаходиться у стані споживацької рівноваги;
- жодна з відповідей не є правильною.

∨

∧ Криві байдужості ніколи не перетинаються:

- так;
- ні.

∨

∧ Нахил бюджетної лінії залежить від співвідношення цін двох товарів:

- так;
- ні.

∨

∧ Споживач максимізує корисність, коли його бюджетна лінія перетинає криву байдужості:

- так;
- ні.

∨

∧ Зміна у величині доходу призводить до зміни в нахилі бюджетної лінії:

- так;
- ні.

∨

∧Лінія «дохід-споживання» нахилена вгору-вправо, якщо обидва товари є нормальними:

- так;

- ні.

∨

∧Ефект заміни при збільшенні ціни на товар призводить до зменшення попиту на цей товар:

- так;

- ні.

∨

∧Загальна корисність росте при збільшенні рівня споживання:

- так;

- ні.

∨

∧Умова споживацької рівноваги полягає у тому, що загальна корисність товару А рівна загальній корисності товару В:

- так;

- ні.

∨

∧У стані споживацької рівноваги гранична корисність товару А дорівнює граничній корисності товару В:

- так;

- ні.

∨

∧Якщо ви купуєте більше одиниць якого-небудь товару, то ваша гранична корисність росте:

- так;

- ні.

∨

∧Коли дотримується умова $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$, крива байдужості є дотичною до бюджетної лінії:

- так;

- ні.

∨

∧Нахил кривої байдужості вимірює порівняльну граничну корисність двох товарів:

- так;

- ні.

∨

∧Бюджетна лінія зсовується вліво і займає положення, паралельне первинному, якщо дохід споживача збільшується:

- так;

- ні.

∨

∧Чим менше дохід споживача, тим вище розташовується його бюджетна лінія:

- так;

- ні.

∨

∧Якщо гранична корисність зменшується, то загальна корисність також зменшується:

- так;

- ні.

∨

∧Зрушення бюджетної лінії відбувається унаслідок змін у рівні задоволення потреб:

- так;

- ні.

∨

∧Крива «ціна-споживання» лежить в основі побудови кривої попиту:

- так;

- ні.

∨

∧Аналіз споживацької рівноваги з погляду кривих байдужості припускає, що корисності можна вимірювати:

- так;

- ні.

∨

∧Кожна точка, що лежить на кривій байдужості, відображає однаковий дохід споживача:

- так;

- ні.

∨

∧Гранична корисність - це зміна в загальній корисності, викликана споживанням додаткової одиниці блага:

- так;

- ні.

∨

4 Теорія виробництва. Економічний аналіз витрат

∧ За яких умов діє закон спадної продуктивності чинника виробництва?

- 1) інші чинники виробництва залишаються постійними;
- 2) рівень технології не змінюється;
- 3) всі одиниці змінного чинника є однорідними.

Оберіть один з таких варіантів відповіді:

- умови 1, 2 і 3;
- тільки умова 1;
- тільки умови 2;
- тільки умова 3.

∨

∧ Яке з наступних тверджень, що відносяться до кривої короткострокових граничних витрат, є неправильним?

- граничні витрати дорівнюють середнім витратам, коли середні витрати набувають мінімального значення;
- коли середні витрати скорочуються, граничні витрати виявляються менше середніх витрат;
- граничні витрати більше середніх витрат у тому випадку, коли обсяг продукції, що випускається, більше оптимального;
- на величину граничних витрат не впливає зміна цін на чинники виробництва;
- граничні витрати не залежать від постійних витрат.

∨

∧ У короткостроковому періоді фірма, що максимізує прибуток, припинить виробництво, якщо виявиться, що:

- ціна менше мінімальних середніх загальних витрат;
- нормальний прибуток нижчий середньогалузевого;
- загальний дохід менше загальних витрат;
- загальний дохід менше загальних змінних витрат;
- середні змінні витрати менше, ніж ціна.

∨

∧ Середні загальні витрати виробництва продукції досягають мінімальної величини при тому обсязі продукції, коли:

- $AVC = TFC$;
- прибуток буде максимальним;
- $MC = AVC$;

- $MC=ATC$;
- жодна з відповідей не є правильною.

∨

∧ Постійні витрати фірми — це:

- витрати на ресурси за цінами, що діяли на момент їх придбання;
- мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції за найсприятливіших умов виробництва;
- витрати, яких зазнає фірма навіть в тому випадку, якщо продукція не виробляється;
- неявні витрати;
- жодна з відповідей не є правильною.

∨

∧ Взаємозв'язок між всіма можливими варіантами поєднань чинників виробництва і обсягом продукції, що випускається, виражається за допомогою:

- кривої виробничих можливостей;
- кривої загального обсягу випуску продукту;
- виробничої функції;
- еластичності пропонування;
- кривої загальних витрат.

∨

∧ Які з наступних видів витрат не беруться до уваги при виробленні рішень про оптимальний обсяг виробництва фірми?

- середні змінні витрати;
- бухгалтерські витрати;
- середні постійні витрати;
- граничні витрати;
- неявні витрати.

∨

∧ Яка з наступних кривих ніколи не набуває U-подібної форми?

- AVC ;
- MC ;
- AFC ;
- ATC .

∨

∧ Якщо AVC скорочуються у міру зростання обсягу виробництва, то:

- MC також повинні скорочуватися;

- TFC також повинні скорочуватися;
- TC також повинні скорочуватися;
- ATC повинні бути нижчими, ніж AVC;
- MC повинні бути нижчими, ніж AVC.

∨

∧ Витрати в економічному значенні слова (економічні витрати):

- включають явні і неявні витрати, зокрема нормальний прибуток;
- включають явні витрати, але не включають неявні;
- включають неявні витрати, але не включають явні;
- не включають ані явних, ані неявних витрат;
- перевищують явні і неявні витрати на величину нормального прибутку.

∨

∧ Яке з наступних тверджень є правильним?

- бухгалтерські витрати ПЛЮС економічні витрати – ДОРІВНЮЄ нормальний прибуток;
- економічний прибуток МІНУС бухгалтерський прибуток – ДОРІВНЮЄ явні витрати;
- бухгалтерський прибуток МІНУС неявні витрати – ДОРІВНЮЄ економічний прибуток;
- економічний прибуток МІНУС неявні витрати – ДОРІВНЮЄ бухгалтерський прибуток;
- явні витрати ПЛЮС неявні витрати – ДОРІВНЮЄ бухгалтерські витрати.

∨

∧ У довгостроковому періоді:

- всі витрати є змінними;
- всі витрати є постійними;
- змінні витрати ростуть швидше, ніж постійні;
- постійні витрати ростуть швидше, ніж змінні;
- всі витрати виступають як неявні.

∨

∧ Яке з наступних тверджень, що характеризують зв'язок між TR, AR і MR, є неправильним?

- AR продовжує рости до тих пір, поки збільшується MR;
- AR досягає максимального рівня до того, як TR стає максимальним;
- TR досягає максимального рівня, коли MR рівно 0;

- МР дорівнює АР при максимальному рівні АР;
- ТР знижується, якщо $MP < 0$.

∨

∧ Таблиця 2 – Вихідні дані

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|-----|-----|-----|-----|
| Кількість робітників, чол. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Випуск продукції, шт. | 0 | 40 | 90 | 126 | 150 | 165 | 180 |
| Єдиним змінним ресурсом є праця, решта факторів – фіксовані. | | | | | | | |

Граничний продукт почне скорочуватися при наймі:

- 6-го робітника;
- 4-го робітника;
- 3-го робітника;
- 2-го робітника;
- 1-го робітника.

∨

∧ Таблиця 3 – Вихідні дані

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|-----|-----|-----|-----|
| Кількість робітників, чол. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Випуск продукції, шт. | 0 | 40 | 90 | 126 | 150 | 165 | 180 |
| Єдиним змінним ресурсом є праця, решта факторів – фіксовані. | | | | | | | |

Граничний продукт 6-го робітника:

- складе 180 шт.;
- складе 30 шт.;
- складе 15 шт.;
- є негативною величиною;
- неможливо визначити на основі наявних даних.

∨

^Таблиця 4 – Вихідні дані

| | | | | | | | |
|---|---|----|----|-----|-----|-----|-----|
| Кількість робітників, чол. | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Випуск продукції, шт. | 0 | 40 | 90 | 126 | 150 | 165 | 180 |
| Єдиним змінним ресурсом є праця, решта факторів – фіксовані. | | | | | | | |

Середній продукт досягає максимальної величини, коли зайнято:

- 6 робітників;
- 5 робітників;
- 4 робітники;
- 3 робітники;
- 2 робітники.

∨

^Який з наступних виразів є граничними витратами?

- а) $\Delta TVC : Q$.
- б) $\Delta TVC : \Delta Q$.
- в) $TFC : Q$.
- г) $(P \cdot Q) : \Delta Q$.
- д) $\Delta TFC : \Delta Q$.

- а)
- б)
- в)
- г)
- д)

∨

^Який з наступних виразів є загальними витратами?

- а) ΔMC .
- б) $TVC - TFC$.
- в) $TFC + TVC$.
- г) $TFC + TVC + MC$.
- д) $(TFC + TVC) : Q$.

- а)
- б)
- в)
- г)
- д)

∨

∧У короткостроковому періоді фірма виробляє 500 одиниць продукції. Середні змінні витрати складають 2 дол., середні постійні витрати — 0,5 дол. Загальні витрати складуть:

- 2,5 дол.;
- 1250 дол.;
- 750 дол.;
- 1100 дол.

∨

∧Якщо фірма збільшує витрати на ресурси на 10%, а обсяг виробництва зростає при цьому на 15%, то в цьому випадку:

- спостерігається негативний ефект масштабу;
- спостерігається позитивний ефект масштабу;
- діє закон спадної продуктивності;
- фірма одержує максимальний прибуток.

∨

∧Тільки капітал і праця є тими чинниками, які слід враховувати при ухваленні рішень:

- так;
- ні.

∨

∧Спеціалізація (розподіл праці) може привести до позитивного ефекту масштабу:

- так;
- ні.

∨

∧Невеликі фірми завжди менш ефективні, ніж крупні:

- так;
- ні.

∨

∧Фірми, які зазнають збитків, повинні припинити виробництво продукції:

- так;
- ні.

∨

∧Зростання обсягу спожитого капіталу при фіксованому рівні використаної праці призводить до спадної віддачі капіталу.

- так;
- ні.

∨

∧Економічні витрати фірми є платою власникам ресурсів, достатньою для того, щоб відвернути ці ресурси від альтернативних можливостей використання:

- так;
- ні.

∨

∧Економічний прибуток є неявними витратами:

- так;
- ні.

∨

∧Закон спадної продуктивності полягає у тому, що у міру збільшення обсягу змінного ресурсу, приєднуваного до фіксованого ресурсу, починаючи з певного рівня, загальний обсяг виробленої продукції скорочується:

- так;
- ні.

∨

∧Коли граничний продукт стає величиною негативною, загальний обсяг виробництва скорочується:

- так;
- ні.

∨

∧Чим більше обсяг виробництва у фірмі, тим менше загальні постійні витрати:

- так;
- ні.

∨

∧Граничні витрати дорівнюють середнім змінним витратам при тому обсязі виробництва, при якому середні змінні витрати досягають мінімуму:

- так;
- ні.

∨

∧Коли загальний обсяг продукту росте спадним темпом, граничний продукт є зростаючою позитивною величиною:

- так;
- ні.

∨

∧ Якщо фірма збільшує обсяг використовуваних ресурсів на 30%, а обсяг виробництва при цьому зростає на 20%, то виникає позитивний ефект масштабу виробництва:

- так;
- ні.

∨

∧ Якщо ціна змінного ресурсу виросла, то криві АТС, АВС і МС повинні зсунутися вгору, а положення кривої АФС залишиться колишнім:

- так;
- ні.

∨

∧ Середні постійні витрати скорочуються у міру зростання обсягу виробництва:

- так;
- ні.

∨

∧ Економічний прибуток звичайно перевищує бухгалтерський прибуток:

- так;
- ні.

∨

∧ Коли граничний продукт змінного ресурсу скорочується, то загальний обсяг продукту також скорочується:

- так;
- ні.

∨

∧ Граничний продукт досягає максимуму, коли граничні витрати виявляються мінімальними:

- так;
- ні.

∨

∧ Середні постійні витрати зростають, коли збільшується загальний обсяг виробленого продукту:

- так;
- ні.

∨

5 Досконала конкуренція

ΛЯке з наступних тверджень означає, що умови досконалої конкуренції не виконуються:

- фірма знаходиться в рівновазі, коли її граничний дохід рівний граничним витратам;
- крива граничних витрат перетинає криву середніх витрат в точці, відповідній мінімальному значенню АТС;
- крива попиту на продукт фірми має негативний нахил;
- криві середніх і граничних витрат мають U-подібну форму;
- крива попиту на продукт фірми — горизонтальна лінія.

∨

ΛУ короткостроковому періоді конкурентна фірма, що максимізує прибуток або мінімізує збитки, не продовжуватиме виробництво, якщо:

- ціна продукту нижча за мінімальні середні витрати;
- середні постійні витрати вищі за ціну продукту;
- ціна продукту нижча за мінімум середніх змінних витрат;
- ціна продукту нижча за граничні витрати;
- загальний дохід не покриває загальних витрат фірми.

∨

ΛЯкщо граничні витрати перевищують середні витрати при обсязі виробництва, при якому фірма максимізує прибуток, то ця фірма:

- одержує позитивний прибуток;
- вибирає обсяг виробництва, відповідний точці, розташованій правіше за мінімум кривої середніх витрат;
- не припинить виробництво;
- всі відповіді правильні.

∨

ΛЯкий з наступних ринків якнайбільше відповідає умовам досконалої конкуренції?

- сталі;
- автомобілів;
- банківських послуг;
- бензину.

∨

ΛКрива попиту на продукцію конкурентної фірми:

- має негативний нахил;
- горизонтальна лінія при даному рівні ціни;
- вертикальна лінія при даному обсязі пропонування;
- має нахил $1/n$, де n — кількість фірм у галузі;
- має позитивний нахил.

∨

∧Зростання економічного прибутку на конкурентному ринку не сприяє:

- розширенню виробництва в діючих фірмах;
- приходу в галузь нових фірм;
- підвищенню ринкової ціни продукту;
- підвищенню цін на використовувані ресурси;
- виникненню сил, які поступово зведуть цей прибуток до нуля.

∨

∧Якщо ціна продукту недостатня, щоб покрити середні витрати на його виробництво, то фірма повинна:

- зупинити виробництво якнайшвидше;
- продовжувати виробництво товарів на рівні, де $P=MC$, якщо $P>AVC$;
- вибрати нову технологію;
- скоротити накладні витрати;
- продовжувати виробництво до тих пір, поки ціна покриває всі постійні витрати.

∨

∧Економічний прибуток:

- не може мати місце на конкурентному ринку в довгостроковому періоді;
- еквівалентний нормальному бухгалтерському прибутку;
- має місце всякий раз, коли загальні витрати перевищують загальний дохід фірми;
- існує завжди, коли граничний дохід перевищує граничні витрати.
- Всі відповіді неправильні.

∨

∧У галузі функціонують 1000 фірм. У кожної фірми граничні витрати на виробництво в місяць становлять:

- 5 одиниць продукту - \$ 2;
- 6 одиниць продукту - \$ 3;

7 одиниць продукту - \$ 5;

Якщо ринкова ціна одиниці продукту рівна \$ 3, то галузевий випуск за місяць складе:

- 5000 одиниць;
- 6000 одиниць;
- 7000 одиниць.

∨

∧У галузі функціонують 1000 фірм. У кожній фірмі граничні витрати на виробництво на місяць становлять:

- 5 одиниць продукту - \$ 2;
- 6 одиниць продукту - \$ 3;
- 7 одиниць продукту - \$ 5;
- 8 одиниць продукту - \$ 9.

Якщо ринкова ціна одиниці продукту рівна \$ 9, то галузевий випуск за місяць складе:

- не більш 5000 одиниць;
- 5000 одиниць;
- 6000 одиниць;
- 7000 одиниць;
- 8000 одиниць.

∨

∧Поняття досконалої конкуренції припускає, що:

- значна кількість фірм, що оперують в галузі, випускають стандартні товари;
- є багато покупців, які купують цей товар за поточною ціною;
- всі продавці і покупці мають повну інформацію про ринок;
- має місце вільний вхід і вихід на цей ринок;
- всі відповіді правильні.

∨

∧На рисунку наведена динаміка загального доходу і загальних витрат фірми.

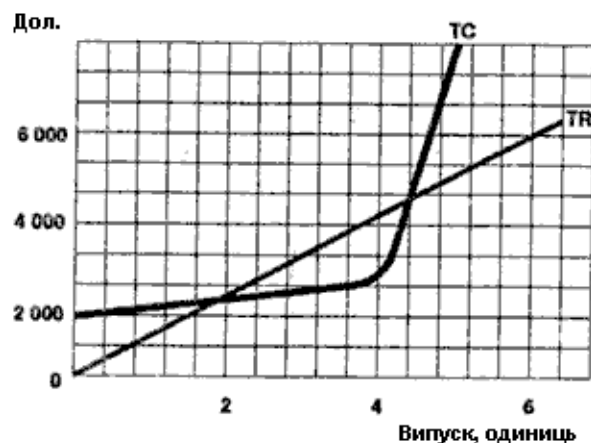


Рисунок 1

Вочевидь, що:

- фірма функціонує в умовах досконалої конкуренції;
- постійні витрати фірми дорівнюють \$ 2000 на місяць;
- фірма максимізує свій прибуток, якщо випускатиме близько 4 одиниць продукції на місяць;
- всі відповіді правильні.

∨

∧ Якщо ринкова ціна товару постійна, то збільшення обсягу випуску продукції не вплине на розмір прибутку фірми:

- так;
- ні.

∨

∧ Якщо крива загального доходу фірми лежить нижче кривої загальних витрат, то при будь-яких обсягах випуску продукції прибуток фірми має негативне значення:

- так;
- ні.

∨

∧ «Золоте» правило для фірми в умовах конкурентного ринку: обирайте такий обсяг виробництва, при якому граничні витрати дорівнюють ринковій ціні продукту:

- так;
- ні.

∨

∧ Фірма максимізує прибуток, скорочуючи виробництво до нуля, якщо ціна продукту нижча за середні змінні витрати:

- так;
- ні.

∨

∧ Крива попиту для конкурентної фірми має негативний нахил:

- так;
- ні.

∨

∧ Попит на продукцію конкурентної галузі абсолютно еластичний за ціною:

- так;
- ні.

∨

∧ Якщо крива граничних витрат фірми перетинає криву її середніх змінних витрат в точці, відповідній \$ 400, то фірма зупинить виробництво при поточній ціні продукту менше \$ 400:

- так;
- ні.

∨

∧ Для конкурентної фірми ціна продукту дорівнює граничному доходу:

- так;
- ні.

∨

∧ Фірма одержує нульовий економічний прибуток, коли її загальний дохід дорівнює загальним витратам при даному обсязі випуску продукції:

- так;
- ні.

∨

∧ Реакція галузі на зміни в ринковому попиті залежить, зокрема, від тривалості даного періоду:

- так;
- ні.

∨

6 Недосконала конкуренція

∧ На відміну від конкурентної фірми монополіст:

- може призначати будь-яку ціну на свій продукт;
- максимізує прибуток при рівності граничного доходу і граничних витрат;
- може виробити будь-який обсяг продукції і продати її за будь-яку ціну;
- при даній кривій ринкового попиту може вибрати комбінацію ціни і обсягу випуску, яка дає максимум прибутку;
- стикається з абсолютно еластичною кривою попиту.

∨

∧ Прикладом природної монополії є:

- ОПЕК (міжнародний нафтовий картель);
- Банк «Приватбанк»;
- Обленерго.

∨

∧Цінова дискримінація—це:

- продаж за різними цінами однієї і тієї ж продукції різним покупцям;
- відмінності в оплаті праці за національністю;
- експлуатація робітників шляхом встановлення високих цін на споживчі товари;
- підвищення ціни на товар вищої якості;
- всі відповіді неправильні.

∨

∧На відміну від конкурентної фірми проста монополія прагне:

- виробляти продукції менше, а ціну встановлювати вище;
- максимізувати прибуток;
- встановлювати ціну, відповідну нееластичній ділянці кривої попиту;
- вибрати такий обсяг випуску, при якому $MR=P$;
- виробляти продукції більше, а ціну встановлювати вище.

∨

∧Більшість ринків в економіці України являють собою:

- досконалу конкуренцію;
- нерегульовані монополії;
- сукупність конкурентних і монополістичних елементів;
- регульовані монополії;
- природні монополії.

∨

∧Весь споживацький надлишок присвоює фірма, яка:

- монополізує ринок;
- здійснює досконалу цінову дискримінацію;
- максимізує різницю між граничним доходом і граничними витратами;
- сегментує ринок;
- максимізує валовий прибуток.

∨

∧Монополіст, що максимізує прибуток, знижуватиме ціну на свій продукт, якщо:

- середні витрати падають;

- витрати на рекламу ростуть;
- граничний дохід вищий за граничні витрати;
- граничний дохід рівний змінним витратам;
- всі відповіді неправильні.

∨

∧Щоб одержати максимум прибутку, монополіст повинен вибрати такий обсяг випуску, при якому:

- граничні витрати дорівнюють ціні продукту;
- граничні витрати дорівнюють загальним витратам;
- граничний дохід дорівнює граничним витратам;
- граничний дохід дорівнює загальним витратам;
- середні витрати дорівнюють ціні продукту.

∨

∧У монополіста граничні витрати зазвичай менше ціни продукту тому, що:

- ціна менше граничного доходу;
- ціна більше граничного доходу;
- граничні витрати менше середніх витрат;
- граничні витрати більше середніх витрат;
- всі відповіді неправильні.

∨

∧Монополія завжди вибирає обсяг випуску, який відповідає нееластичній кривій попиту:

- так;
- ні.

∨

∧Монополія одержує надприбуток унаслідок вищої ефективності в порівнянні з конкурентною галуззю:

- так;
- ні.

∨

∧Монополія може збільшити загальний прибуток, встановлюючи на свій продукт різні ціни на різних ринках:

- так;
- ні.

∨

∧Якщо монополіст не максимізує прибуток на одиницю випуску, він не забезпечує рівності граничного доходу і граничних витрат:

- так;
- ні.

∨

∧Крива попиту для монополії завжди горизонтальна:

- так;
- ні.

∨

∧Монополія, як і ринок досконалої конкуренції, рідко зустрічається в сучасній економіці:

- так;
- ні.

∨

∧Монополія і конкурентна фірма максимізують прибуток, вибираючи обсяг випуску відповідно до правила $MC=P$:

- так;
- ні.

∨

∧Монополіст вироблятиме і продаватиме додатковий обсяг продукції, якщо $MR > MC$:

- так;
- ні.

∨

∧У довгостроковій рівновазі монополія одержує максимум прибутку, коли граничний дохід максимальний:

- так;
- ні.

∨

∧Будь-яка цінова дискримінація незаконна:

- так;
- ні.

∨

∧Коли галузь є природною монополією, суспільство часто вимагає її регулювання з боку уряду:

- так;
- ні.

∨

∧Чисті втрати суспільства від природної монополії зникають, коли регульована ціна при заданому рівні попиту встановлюється рівною середнім витратам виробництва;

- так;
- ні.

∨

7 Олігополія та монополістична конкуренція

∧Рисунок 2 ілюструє становище фірми на монополістично конкурентному ринку.

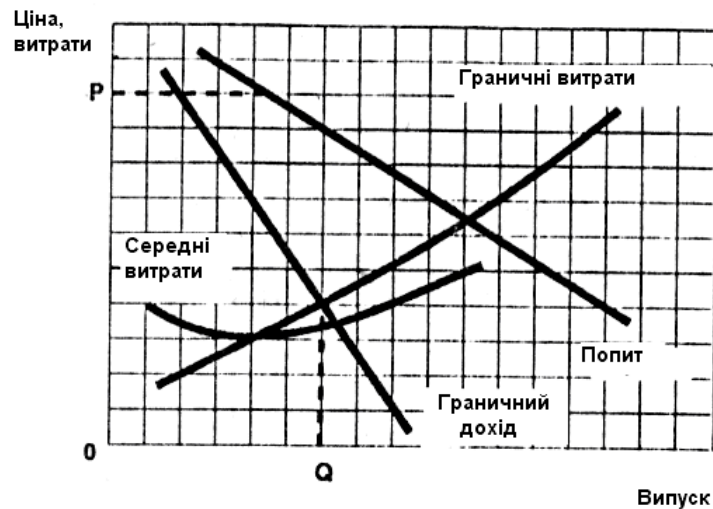


Рисунок 2

Фірма припуститься помилки, якщо встановить ціну, яка дорівнює P , тому що:

- при цій ціні граничний дохід вищий за граничні витрати;
- ця ціна вища за рівень ціни, при якій фірма може одержати максимум прибутку;
- обсяг випуску, відповідний цій ціні, менше того обсягу, при якому прибуток максимальний;
- всі відповіді правильні.

∨

∧Якщо фірма, подана на рисунку 3, вибере обсяг випуску Q , то:

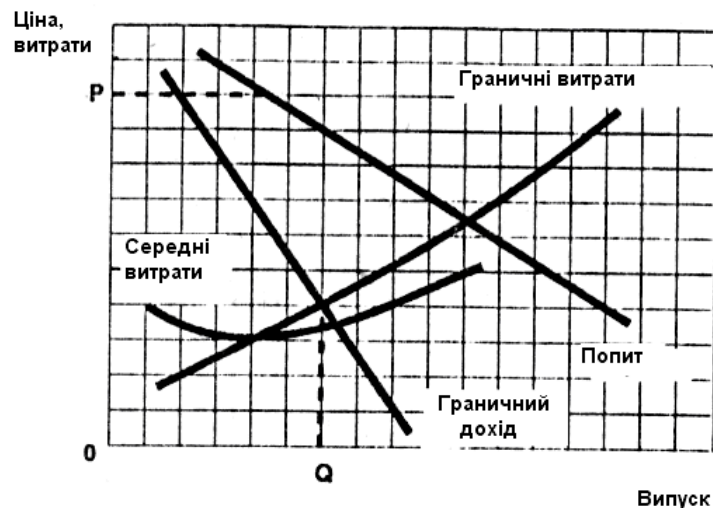


Рисунок 3

- а) на ринку виникнуть нові виробники;
- б) фірма одержуватиме економічний прибуток;
- в) фірма встановить ціну P ;
- г) правильні тільки відповіді а) і б).

∨

∧Ринки досконалої і монополістичної конкуренції мають загальну межу:

- випускаються диференційовані товари;
- на ринку оперує безліч покупців і продавців;
- кожна фірма стикається з горизонтальною кривою попиту на свій продукт;
- випускаються однорідні товари;
- ринкова поведінка кожної фірми залежить від реакції її конкурентів.

∨

∧Граничний дохід не нижчий за ринкову ціну у:

- монополістичних конкурентів;
- монополістів;
- учасників картеля;
- олігополістов, що не беруть участь в картелі;
- досконалих конкурентів.

∨

∧Припустимо, що якщо фірма знизить свою ціну, то конкуренти відповідно знизять свої ціни. Але якщо фірма підвищить її, жодна конкуруюча фірма не зробить так само. Це означає, що дана фірма:

- стикається з конкуренцією не «на життя, а на смерть»;
- має «ламану» криву попиту;
- є ціновим лідером на олігополістичному ринку;
- найефективніша в галузі.

∨

∧Який з перерахованих продуктів ніколи не вироблявся в рамках картельної угоди виробників?

- нафта;
- пшениця;
- кава.

∨

∧Найбільш вірогідно, що учасник картеля міг би збільшити свій прибуток:

- продаючи свої товари за нижчою ціною, ніж у інших учасників картеля;
- встановлюючи вищу ціну, ніж у інших учасників картеля;
- проводячи активну нецінову конкуренцію;
- обмежуючи випуск своєї продукції нижче встановленої квоти, щоб підвищити ціну;
- наполягаючи на тому, щоб картель постійно підвищував узгоджену ціну.

∨

∧Олігополія — це ринкова структура, де оперує:

- велика кількість конкуруючих фірм, що виробляють однорідний продукт;
- велика кількість конкуруючих фірм, що виробляють диференційований продукт;
- невелика кількість конкуруючих фірм;
- тільки одна крупна фірма;
- тільки один крупний покупець.

∨

∧«Ламана» крива попиту для олігополіста обов'язково припускає:

- розриви в кривій граничного доходу;
- розриви в кривій граничних витрат;
- що ціна товару не повинна бути вищою за граничний дохід;
- що поведінка фірми неоптимальна;
- таємну угоду з фірмами-конкурентами для підтримки узгодженої ціни.

∨

∧На ринку досконалої конкуренції фірми пропонують різноманітніші товари, ніж при монополістичній конкуренції:

- так;
- ні

∨

∧Якщо на олігополістичному ринку фірма підвищить або знизить ціну або обсяг випуску продукції, то це вплине на продаж і прибуток фірм-конкурентів:

- так;
- ні

∨

∧На олігополістичному ринку ціни менш стійкі, ніж в умовах досконалої конкуренції:

- так;

- ні

∨

∧Ринкова поведінка галузевого картеля, що максимізує прибуток, аналогічна поведінці чистої монополії:

- так;

- ні

∨

∧На практиці картелі і подібні їм таємні угоди важко створювати і підтримувати тривалий час:

- так;

- ні

∨

∧На ринках з монополістичною конкуренцією не досягається ефективного використання ресурсів:

- так;

- ні

∨

∧Суперництво олігополістів супроводжується більшою мірою ціновою, ніж неціновою конкуренцією;

- так;

- ні

∨

∧У монополістично конкурентних і олігополістичних галузях обсяги випуску продукції нижчі, а ціни вищі, ніж в умовах досконалої конкуренції:

- так;

- ні.

∨

∧При недосконалій конкуренції виробники можуть впливати на ринкову ціну, що обумовлено кривою попиту, яка знижується:

- так;

- ні.

∨

^Найточнішою моделлю ринкової поведінки фірми в умовах олігополії вважається модель «ламаної» кривої попиту:

- так;

- ні.

√

^В умовах монополістичної конкуренції фірма завжди одержує позитивний економічний прибуток:

- так;

- ні.

√

^Модель «ламаної» кривої попиту пояснює, чому олігополіст не змінюватиме ціни і обсягу випуску при невеликих або середніх змінах у витратах:

- так;

- ні.

√

Список літератури

1. Деревянко С.Н. Оптимальная механизация скоростного строительства автомобильных дорог. – Харьков: Вища школа, 1983. – 128 с.
2. Канторер С.Е. Методы обоснования эффективности применения машин в строительстве. – М.: Стройиздат, 1969. – 294 с.
3. Микро-, макроэкономика. Практикум. / Под общ. ред. Ю.А. Огибина. – С.Пб.: "Литература плюс", 1994. - 432 с.
4. Недов П.П., Мороз В.И., Желнин А.В. Экономический анализ капитальных инвестиций на автомобильном транспорте. – Харьков: ХГАДТУ, 1998. – 68 с.
5. Самуэльсон П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т.1. – 334 с.
6. Самуэльсон П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т.2. – 416 с.
7. Повышение эффективности использования парка строительных машин / Л.И. Бланк, Е.Е. Киевская, П. Кытов и др. – М.: Стройиздат, 1980. – 172 с.
8. Самуэльсон П.Э., Нордхаус В.Д. Экономика / Пер. с англ. – 16-е изд. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 688 с.
9. Шинкаренко В.Г., Жарова О.М. Экономическая оценка нововведений на автомобильном транспорте: Учеб. пособие. – К., 1997. – 128 с.

