

**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

**2009**

Тести розглянуті та рекомендовані 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 пропозиції;
- еластичність попиту і пропозиції;
- 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:

к.т.н., доцент Є.В.Романович

Рецензент

к.т.н., доцент Л.М.Козар

## Зміст

	Вступ	4
1	Основи аналізу попиту і пропозиції	4
2	Еластичність попиту і пропозиції	8
3	Теорія поведінки споживачів	14
4	Теорія виробництва. Економічний аналіз витрат	20
5	Досконала конкуренція	26
6	Недосконала конкуренція	30
7	Олігополія та монополістична конкуренція	33
	Список літератури	37

## 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 наступні 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 (курсних) 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 пропозиції

∧Закон попиту припускає, що:

- перевищення пропозиції 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, об'єм планованих покупок росте.

∨

∧Чим можна пояснити зрушення кривої попиту на товар Х?

- Пропозиція товару Х з деякої причини зменшилася.
- Ціна товару Х виросла, і як наслідок цього споживачі вирішили менше купувати цього товару.
- Смаки споживачів викликали цікавість до товару Х, 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 пропозиції вгору (або вліво).
- Зрушення кривої попиту і кривої пропозиції вгору.
- Зрушення кривої пропозиції вниз (або вправо).

∨

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

- Потреба.
- Попит.
- Необхідність.
- Бажання.

∨

∧Якщо попит падає, крива попиту зсовується:

- Вниз і вліво.
- По обертанню 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 зсовує:

- Криву попиту вгору і вправо.
- Криву попиту вниз і вправо.
- Криву пропозиції вниз і вправо.
- Криву пропозиції вгору і вліво.

∨

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

- Ефект заміщення.
- Принцип убуючої граничної корисності.
- Ефект доходу.
- Закон пропозиції.

∨

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

- Попит рівний пропозиції.
- Ціна рівна витратам плюс прибуток.
- Рівень технології змінюється поступово.

- Об'єм пропозиції рівний об'єму попиту.

∨

∧ Якщо ринкова ціна нижча рівноважної, то:

- З'являються надлишки товарів.
- Виникає дефіцит товарів.
- Формується ринок покупця.
- Падає ціна ресурсів.

∨

∧ Якщо пропозиція 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 пропозиції, то виникне:

- Надлишок.
- Дефіцит.
- Росте безробіття.
- Всі варіанти невірні,

∨

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

- Операцією з метою отримання прибутку.
- Засобом підвищення пропозиції на ринку з високим рівнем цін.
- Причиною цінових відмінностей на конкретних ринках.
- Засобом підвищення попиту на ринку з високим рівнем цін.

∨

∧ Закон пропозиції, якщо ціни ростуть, а інші умови незмінні, проявляється:

- У зростанні пропозиції.
- У зниженні пропозиції.
- У зростанні об'єму пропозиції.
- У падінні об'єму пропозиції.

∨

∧ Попит і пропозиція 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 пропозиції товару X.

∨

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

- Падіння попиту на другий товар.
- Зростання попиту на другий товар.
- Збільшення об'єму попиту на другий товар.
- Падіння попиту на другий товар.

∨

∧Крива попиту показує, що при зниженні ціни росте об'єм попиту.

- так
- ні

∨

∧Закон убиваючої продуктивності чинників виробництва означає, що зниження ціни товару призводить до зростання об'єму попиту на цей товар.

- так
- ні

∨

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

- так
- ні

∨

∧Якщо уряд встановлює верхню межу для зростання цін, то об'єми попиту і пропозиції 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 пропозиції.

- так

- ні

∨

∧ Будь-яка зміна цін на ресурси приведе до зрушення точки рівноваги попиту і пропозиції 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 пропозиція зростатиме.

- так

- ні

∨

∧ Якщо одночасно виростуть пропозиція товару і споживацькі доходи, можливо, ціна на нього не зміниться.

- так

- ні

∨

## 2 Еластичність попиту і пропозиції

∧ 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 споживачу товар.

∨

∧Скорочення пропозиції товару веде до збільшення:

- Попиту на взаємно доповнювані 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 крапки, в якій еластичність рівна 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 об'єму 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 об'єму 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 покупку незначну частку свого доходу.
- Даний товар є для споживачів товаром першої необхідності.
- Період часу, протягом якого пред'являється попит, є дуже коротким.

- Відносна зміна об'єму попиту менше, ніж відносна зміна ціни.

∨

∧ Якщо зменшення ціни на 5% призводить до зниження об'єму пропозиції А на 8%, то дана пропозиція:

- Нееластична.
- Одиничної еластичності.
- Еластична.
- Абсолютно еластична.
- Абсолютно нееластично.

∨

∧ Якщо пропозиція товару нееластична, 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 пропозиції 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 покупку даного товару.

∨

∧ Коефіцієнт цінової еластичності попиту рівний:

- Зменшенню ціни, поділеному на збільшення об'єму попиту.
- Зміні загальної виручки (у %), поділеній на збільшення об'єму попиту (у %).
- Зменшенню загальної виручки (у %), поділеній на збільшення ціни (%).
- Зміні об'єму попиту (у %), діленому на зміну ціни (у %).
- Жодному з приведених показників.

∨

∧ Крива абсолютно нееластичного попиту є:

- Вертикальна лінія.
- Горизонтальна лінія.
- Крива лінія,
- Пряма лінія з негативним нахилом.
- Крива лінія з позитивним нахилом.

∨

∧ У випадку, якщо, не дивлячись 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 вірним.

∨

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

- Абсолютно нееластичним.
- Абсолютно еластичним.
- Еластичним.
- Нееластичним.
- Попитом одиначної 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 приведених значень.

∨

∧ Яка з вказаних відповідей відноситься до 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 приведених 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 замінників, а товар В займає значну частку у витратах споживачів. Збільшення ціни на кожен товар приведе до:

- Збільшенню виручки від продажу товару А і скороченню виручки від продажу товару В.

- Збільшенню виручки від продажу товару А і товару В.
- Скороченню виручки від продажу товару А і збільшенню виручки від продажу товару В.
- Скороченню виручки від продажу товару А і товару В.
- Тому, 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 вірні.

∨

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

- Виростуть, оскільки збільшиться об'єм продукції, що продається.
- Скоротяться, оскільки відносне зниження цін виявиться більшим, ніж відносне збільшення об'єму продажів.
- Виростуть, оскільки відбудеться збільшення цін на продукцію, викликане підвищенням попиту.
- Залишаться незмінними, оскільки відносне збільшення об'єму продажів буде рівне відносному зниженню цін.

∨

∧Припустимо, що пропозиція товару Х є абсолютно нееластичною. 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 об'єм продажів виріс на 4%. Попит на товар Х є:

- Еластичним.
- Нееластичним.
- Попитом одиначної еластичності.
- Абсолютно еластичним.

∨

∧Точка одиначної еластичності попиту знаходиться у середині кривої попиту.

- так
- ні

∨

∧Об'єм 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 іншій.

- так

- ні

∨

∧Коефіцієнт цінової еластичності попиту визначається шляхом поділу зміни величини попиту на товар ( $y\%$ ) на зміну ціни ( $x\%$ ).

- так

- ні

∨

∧Якщо при зміні ціни на  $1\%$ , об'єм попиту змінюється на  $5\%$ , то попит в цьому випадку є нееластичним.

- так

- ні

∨

∧Якщо при скороченні ціни на підручники з  $10$  дол. до  $5$  дол. об'єм 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 покупку 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

∨

∧ Об'єм 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 крапка на кривій байдужості означає різну комбінацію двох товарів.

- Кожна крапка на бюджетній лінії означає різну комбінацію двох товарів.

- Всі крапки на кривій байдужості означають однаковий рівень задоволення потреб.
- Всі крапки на бюджетній лінії означають однаковий рівень грошового доходу.
- Всі крапки 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 наступному випадку:

- Якщо доходи людей падають, вони купують менше даного продукту.
- Здешевлення товарів призводить до того, що споживач може купити більше даного товару, не скорочуючи об'єму придбання інших товарів.
- Об'єм покупок 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 убиваючої 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 убиваючої 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. в тиждень на покупку 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 колишню кількість товару 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 убуючої 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, убуює по мірі збільшення кількості товарів, що купується.
- Відношення граничних корисностей до цін однаково для всіх товарів.
- Корисність товарів, що купується, убуює по мірі збільшення доходу споживача.
- Жодна з відповідей не є вірною.

∨

∧Ефект заміщення - це зростання попиту на товар, викликаний:

- Зміною загального рівня цін на всі товари.
- Зміною в смаках споживача, який вважає за краще купувати товари-замінники.
- Зміною в реальному доході, викликану зниженням цін на товари, що купуються.
- Пропозицією нових замінників товару.
- Жодна з відповідей не є вірною.

∨

∧Споживацька рівновага на карті байдужості - це:

- Будь-який перетин бюджетної лінії і кривої байдужості.
- Будь-яка крапка на найвищій з кривих байдужості.
- Та крапка, в якій нахил бюджетної лінії рівний нахилу дотичної до неї кривої байдужості.
- Будь-яка крапка, розташована на бюджетній лінії.
- Будь-яка крапка, розташована на просторі, обмеженому бюджетною лінією.

∨



∧Яке з наступних тверджень є невірним?

- Кожна крапка на кривій байдужості означає комбінацію двох товарів.
- Кожна крапка на бюджетній лінії означає комбінацію двох товарів.
- Всі крапки на кривій байдужості означають однаковий рівень корисності.
- Всі крапки на бюджетній лінії означають однаковий рівень корисності.
- Нахил кривої байдужості характеризує норму, відповідно до якої одне благо може бути замінене 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 долар.
- 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.
- Кожну з перерахованих величин.

∨

∧Щоб опинитися в положенні 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 покупку якого-небудь товару, приносив такий же приріст корисності, як і долар, витрачений на покупку іншого товару.

∨

∧Якщо споживач вибирає комбінацію, представлену крапкою, 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 в положенні споживацької рівноваги.

- Жодна з відповідей не є вірною.

∨

∧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 положенні 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 зсувається 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 в 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 крапка, 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 убуючої продуктивності чинника виробництва?

1) Інші чинники виробництва залишаються постійними.

2) Рівень технології не змінюється.

3) Всі одиниці змінного чинника є однорідними.

Оберіть один з наступних 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 невірним?

- Граничні витрати дорівнюють середнім витратам, коли середні витрати приймають мінімальне значення.

- Коли середні витрати скорочуються, граничні витрати виявляються менше середніх витрат.

- Граничні витрати більше середніх витрат у тому випадку, коли об'єм 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 середньогалузевої.

- 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 об'ємі продукції, коли:

- $AVC = AFC$ .
- Прибуток буде максимальним.
- $MC = AVC$ .
- $MC = ATC$ .
- Жодна з відповідей не є вірною.

∨

∧ Постійні витрати фірми — це:

- Витрати на ресурси за цінами, що діяли на момент їх придбання.
- Мінімальні витрати виробництва будь-якого об'єму продукції за найсприятливіших умов виробництва.
- Витрати, які несе 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 об'ємом продукції, що випускається, виражається за допомогою:

- Кривою виробничих можливостей.
- Кривою загального об'єму випуску продукту.
- Виробничої функції.
- Еластичності пропозиції.
- Кривою загальних витрат.

∨

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

- Середні змінні витрати.
- Бухгалтерські витрати.
- Середні постійні витрати.
- Граничні витрати.
- Неявні витрати.

∨

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

- $AVC$ .
- $MC$ .
- $AFC$ .
- $ATC$ .

∨

∧ Якщо  $AVC$  скорочуються у міру зростання об'єму 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. I

∨

∧ 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 ні явні, ні неявні витрати.
- Перевищують явні і неявні витрати на величину нормального прибутку.

∨

∧ Яке з наступних тверджень є правильним?

- Бухгалтерські витрати ПЛЮС економічні витрати РІВНО нормальний прибуток.
- Економічний прибуток МІНУС бухгалтерський прибуток РІВНО явні витрати.
- Бухгалтерський прибуток МІНУС неявні витрати РІВНО економічний прибуток.
- Економічний прибуток МІНУС неявні витрати РІВНО бухгалтерський прибуток
- Явні витрати ПЛЮС неявні витрати РІВНО 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, AP і MP, є невірним?

- AP продовжує рости до тих пір, поки збільшується MP.
- AP досягає максимального рівня до того, як TR стає максимальним.
- TR досягає максимального рівня, коли MP рівно 0.
- MP рівно AP при максимальному рівні AP.
- TR 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 штук.
- Складе 30 штук.
- Складе 15 штук.
- 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)  $\Delta MC$ .
- 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 об'єм виробництва зростає при цьому на 15%, то в цьому випадку:

- Спостерігається негативний ефект масштабу.
- Спостерігається позитивний ефект масштабу.
- Діє закон убуваючої 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 збитки, повинні припиняти виробництво продукції.

- так.

- ні.

∨

∧Зростання об'єму спожитого капіталу при фіксованому рівні використаної праці призводить до убуваючої 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 убуваючої продуктивності полягає у тому, що у міру збільшення об'єму змінного ресурсу, приєднуваного до фіксованого ресурсу, починаючи з певного рівня, загальний об'єм виробленої продукції скорочується.

- так.

- ні.

∨

∧Коли граничний продукт стає величиною негативною, загальний об'єм виробництва скорочується.

- так.

- ні.

∨

∧Чим більше об'єм виробництва у фірмі, тим менше загальні постійні витрати.

- так.

- ні.

∨

∧Граничні витрати рівні середнім змінним витратам при тому об'ємі виробництва, при якому середні змінні витрати досягають мінімуму.

- так.

- ні.

∨

∧Коли загальний об'єм продукту росте убуваючим темпом, граничний продукт є зростаючою позитивною величиною.

- так.

- ні.

∨

∧Якщо фірма збільшує об'єм використовуваних ресурсів на 30%, а об'єм 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 об'єму виробництва.

- так.

- ні.

∨

∧Економічний прибуток звичайно перевищує бухгалтерський прибуток.

- так.

- ні.

∨

∧Коли граничний продукт змінного ресурсу скорочується, то загальний об'єм продукту також скорочується.

- так.

- ні.

∨

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

- так.

- ні.

∨

∧Середні постійні витрати зростають, коли збільшується загальний об'єм виробленого продукту.

- так.

- ні.

∨

## 5 Досконала конкуренція

∧Яке 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 крапці, 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.

∨

∧ У 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.

∨

∧ Якщо граничні витрати перевищують середні витрати при об'ємі виробництва, при якому фірма максимізує прибуток, то ця фірма:

- Одержує позитивний прибуток.
- Вибирає об'єм виробництва, відповідний крапці, розташованій правіше за мінімум кривої середніх витрат.
- Не припинить виробництво.
- Всі відповіді вірні.

∨

∧ Який з наступних ринків якнайбільше відповідає умовам досконалої конкуренції?

- Сталі.
- Автомобілів.
- Банківських послуг.
- Бензину.

∨

∧ Крива попиту на продукцію конкурентної фірми:

- Має негативний нахил.
- Горизонтальна лінія при даному рівні ціни.
- Вертикальна лінія при даному об'ємі пропозиції.
- Має нахил  $1/n$ , де  $n$  — кількість фірм в галузі.
- Має позитивний нахил.

∨

∧ Зростання економічного прибутку на конкурентному ринку не сприяє:

- Розширенню виробництва в діючих фірмах.
- Притоку 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 якнайскоріше.
- 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.
- Еквівалентна нормальному бухгалтерському прибутку.
- Має місце всякий раз, коли загальні витрати перевищують загальний дохід фірми.
- Існує завжди, коли граничний дохід перевищує граничні витрати.
- Всі відповіді невірні.

∨

∧ У галузі функціонують 1000 фірм. У кожній фірмі 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 в місяць складе:

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

∨

∧ У галузі функціонують 1000 фірм. У кожній фірмі граничні витрати на виробництво в 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 в 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 вірні.

∨

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

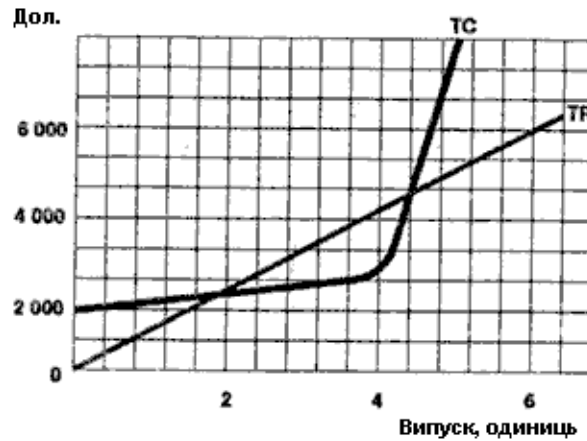


Рисунок 1

Вочевидь, що:

- Фірма функціонує в умовах досконалої конкуренції.
- Постійні витрати фірми рівні \$ 2000 в місяць.
- Фірма максимізує свій прибуток, якщо випускатиме близько 4 одиниць продукції в місяць.
- Всі відповіді вірні.

∨

∧ Якщо ринкова ціна товару постійна, то збільшення об'єму випуску продукції не вплине на розмір прибутку фірми.

- так.
- ні.

∨

∧

Якщо крива загального доходу фірми лежить нижче кривої загальних витрат, то при будь-яких об'ємах випуску продукції прибуток фірми має негативне значення.

- так.
- ні.

∨

∧ «Золоте» правило для фірми в умовах конкурентного ринку: обирайте такий об'єм виробництва, при якому граничні витрати рівні 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 крапці, відповідній \$ 400, то фірма зупинить виробництво при поточній ціні продукту менше \$ 400.

- так.

- ні.

✓

^Для конкурентної фірми ціна продукту рівна граничному доходу.

- так.

- ні.

✓

^Фірма одержує нульовий економічний прибуток, коли її загальний дохід рівний загальним витратам при даному об'ємі 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 об'єм продукції і продати її за будь-яку ціну.

- При даній кривій ринкового попиту може вибрати комбінацію ціни і об'єму 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 трудящих шляхом встановлення високих цін на споживчі товари.
- Підвищення ціни на товар вищої якості.
- Всі відповіді невірні.

∨

∧ На відміну від конкурентної фірми проста монополія прагне:

- Виробляти продукції менше, а ціну встановлювати вище.
- Максимізувати прибуток.
- Встановлювати ціну, відповідну нееластичній ділянці кривої попиту.
- Вибирати такий об'єм 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 привласнює 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 невірні.

∨

∧Щоб одержати максимум прибутку, монополіст повинен вибрати такий об'єм випуску, при якому:

- Граничні витрати рівні ціні продукту.
- Граничні витрати рівні загальним витратам.
- Граничний дохід рівний граничним витратам.
- Граничний дохід рівний загальним витратам.
- Середні витрати рівні 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 невірні.

∨

∧Монополія завжди вибирає об'єм 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 об'єм випуску відповідно до правила  $MC=P$ .

- Так.

- Ні.

∨

∧Монополіст вироблятиме і продаватиме додатковий об'єм продукції, якщо  $MR>MC$ .

- Так.

- Ні.

∨

∧У довгостроковій рівновазі монополія одержує максимум прибутки, 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 ілюструє положення фірми на монополістично конкурентному ринку,

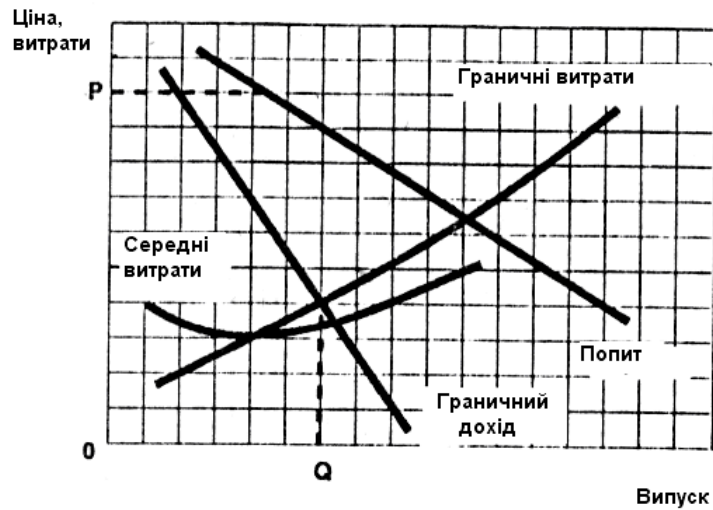


Рисунок 2

Фірма припуститься помилки, якщо встановить ціну, рівну  $P$ , тому що:

- При цій ціні граничний дохід вищий за граничні витрати.
- Ця ціна вища за рівень ціни, при якій фірма може одержати максимум прибутку.
- Об'єм випуску, відповідний цій ціні, менше того об'єму, при якому прибуток максимальний.
- Всі відповіді вірні.

∨

∧ Якщо фірма, представлена на рисунку, вибере об'єм випуску  $Q$ , то:

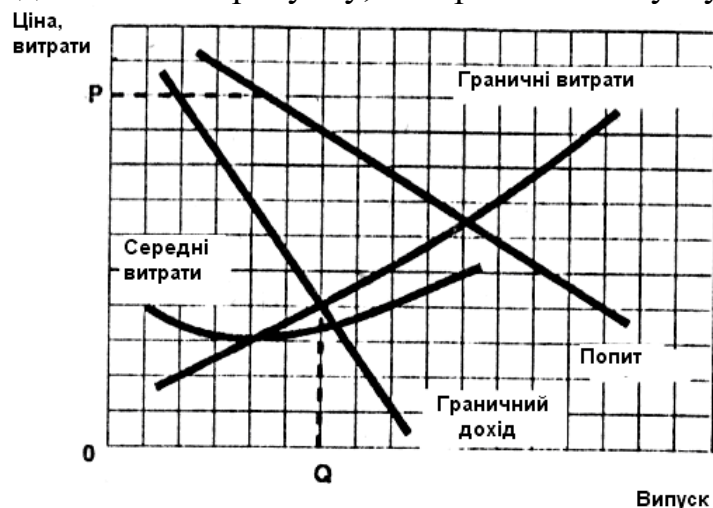


Рисунок 3

- а) На ринку виникнуть нові виробники.
- б) Фірма одержуватиме економічний прибуток.
- в) Фірма встановить ціну  $P$ .
- г) Вірні 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.

∨

∧Якщо припустити, що коли 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 не оптимальна.
- 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 об'єм випуску продукції, то це зробить вплив на продажі 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 ефективне використання ресурсів.

- Так.
- Ні

∨

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

- Так.
- Ні

∨

∧ У монополістично конкурентних і олігополістичних галузях об'єми 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 об'єм 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. -СПб.: "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 П.Самуэльсон. Экономика. Т.1. -М.: МГП "Алгон", 1992. 334 с.
- 6 П.Самуэльсон. Экономика. Т.2. -М.: МГП "Алгон", 1992. 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. -688с.
- 9 Шинкаренко В.Г., Жарова О.М. Экономическая оценка нововведений на автомобильном транспорте: Учеб. пособие. -Киев, 1997. -128 с.

# 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

Відповідальний за випуск Романович Є.В.

Редактор \_\_\_\_\_

---

Підписано до друку " ____ " _____	200__ р.
Формат паперу 60×84 1/16.	Папір писальний.
Умовн.-друк. арк. 1,75.	Обл.-вид.арк. 2.
Замовлення № _____	Тираж 150 прим. Ціна _____ грн.

---

Видавництво УкрДАЗТу, свідоцтво №112 від 06.07.2000 р.

Друкарня УкрДАЗТу,  
61050, Харків-50, пл.Фейєрбаха, 7