

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет

Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра економіки повітряного транспорту

Модульна контрольна робота №1

з дисципліни *«Мікроекономічний аналіз»*

Укладач:

к.е.н., доцент Мізюк С.Г.

Завдання МКР №1 розглянуті та схвалені

на засіданні кафедри економіки

повітряного транспорту

Протокол № 18 від «27» серпня 2018 р.

Завідувач кафедри _____ Ареф'єва О.В.

Київ - 2018

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 2

I. Теоретичні питання

1. Еволюція поглядів на природу фірми.
2. Горизонтальна взаємодія фірм на ринку: поняття, класифікація моделей.

II. Тестові завдання

1. Якщо ціна на товар підвищується:

- а) попит на нього, як правило, зменшується;
- б) крива попиту на товари-замінники зміщується ліворуч;
- в) крива попиту на товари-комплемента зміщується ліворуч;
- г) обсяг попиту, як правило, збільшується.

2. X-неефективність виробництва в умовах монополії – це:

а) різниця між реальним рівнем витрат монополіста й ефективним рівнем витрат у галузі (мінімально можливим для даного випуску рівнем витрат;)

б) різниця між ефективним рівнем витрат у галузі (мінімально можливим для даного випуску рівнем витрат) і реальним рівнем витрат монополіста;

в) сума ефективного рівня витрат у галузі (мінімально можливого для даного випуску рівня витрат) і реального рівня витрат монополіста;

г) серед наведених варіантів немає вірної відповіді.

3. Що теоретично може викликати зниження попиту на товар X?

- а) збільшення доходів споживачів;
- б) збільшення цін на товари-субститути товару X;
- в) очікування росту цін на товар X;
- г) зменшення пропозиції товару X.

III. Задача

На підприємстві єдиним змінним ресурсом є праця. Всі інші ресурси є фіксованими:

Число робітників	0	1	2	3	4	5	6
Випуск (шт.)	0	40	90	126	150	165	180

Підрахуйте середній та граничний продукт виробництва. При якій кількості зайнятих результат виробництва за використанням продукту буде максимальним?

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 2

I. Теоретичні питання

1. Взаємозв'язок розміру фірми й економії на витратах.
2. Некооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм.

II. Тестові завдання

1. Контрактний підхід до вивчення фірми започаткували
 - а) Адольф Огастес Берлі та Гардінер Мінз;
 - б) Уільям Меклінг і Майкл Дженсен;
 - в) Вільям Джек Баумоль і Робін Марріс;
 - г) Рональд Коуз.
2. Функцією *пропозиції називається*:
 - а) залежність обсягів пропозиції від технології виробництва;
 - б) залежність обсягів пропозиції від попиту на даний товар;
 - в) залежність обсягів пропозиції від факторів, що його визначають;
 - г) залежність обсягів пропозиції від рівноважної ціни на даний товар.
3. Модель Штакельберга заснована:
 - а) на припущенні про одночасне прийняття фірмами стратегічних розв'язків,
 - б) на стратегічній змінній – ціні товару,
 - в) на припущенні про послідовне прийняття фірмами стратегічних рішень;
 - г) на припущенні про нестійкий характер ринкової рівноваги.

III. Задача

Функція витрат однопродуктової фірми має вигляд $TC(q) = 600 + 2q^2$, де

TC – витрати, грош. од.; q – обсяг випуску продукції, тис. од. Визначите, у якому діапазоні випуску буде проявлятися позитивний ефект масштабу; негативний ефект масштабу.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота з дисципліни «Мікроекономічний аналіз» Варіант № 3

I. Теоретичні питання

1. Фірма як сукупність суперечливих інтересів.
2. Кооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм на ринку.

II. Тестові завдання

1. Якщо ціна на товар підвищується:

- а) попит на нього, як правило, зменшується;
- б) крива попиту на товари-замінники зміщується ліворуч;
- в) крива попиту на товари-комплементи зміщується ліворуч;
- г) обсяг попиту, як правило, збільшується.

2. Функцією пропозиції називається:

- а) залежність обсягів пропозиції від технології виробництва;
- б) залежність обсягів пропозиції від попиту на даний товар;
- в) залежність обсягів пропозиції від факторів, що його визначають;
- г) залежність обсягів пропозиції від рівноважної ціни на даний товар.

3. Яка модель аналізує стратегічну взаємодію фірм за принципом «лідер - послідовник»:

- а) Модель Штакельберга;
- б) Модель Чемберліна;
- в) Модель Курно;
- г) модель Еджворта-Бертрана?

III. Задача

Виробнича функція фірми в короткостроковому періоді описується рівнянням $Q = 4L - 0,1 L^2$. Ціна продукції $P = 40$ грош. од., ставка заробітної плати $PL = 4$ грош. од. Фірма управляється менеджерами, що прагнуть до максимізації виплат адміністративно-управлінському персоналу, сума яких має таку залежність від прибутку й числа зайнятих: $I = 10 + 0,1\pi + 2L$. Визначити: обсяг продажів, число зайнятих, рівень змінних і середніх змінних витрат.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 4**

I. Теоретичні питання

1. Сукупність суперечливих інтересів підприємства.
2. Поведінка домінуючої фірми з конкурентним оточенням.

II. Тестові завдання

1. За підходом Робіна Марріса метою менеджерів, а отже і фірми є максимізація

- а) темпів росту фірми;
 - б) сукупного доходу;
 - в) власного добробуту;
 - г) дивідендів.
- 2. Знайдіть помилкове твердження*
- а) виграші, обумовлені дією X-фактора, отримали назву X-неефективності;
 - б) зовнішня мотивація та особливості використання ресурсів, що не надходять у ринковий оборот є складовими X-фактора;

в) негативна дія X-фактора призводить до компенсації неефективності діяльності виробництва нарощуванням додаткових ресурсів;

- г) прояв X-неефективності є наслідком неконкурентного оточення підприємства.

3. Фірми, що утворюють картель поведуться як:

- а) єдиний монополіст, що максимізує сукупний прибуток галузі;
- б) об'єднання олігополістів, що мають різні економічні інтереси;
- в) об'єднання олігополістів, що розподіляють ринкові частки;
- г) єдиний монополіст, що максимізує сукупний дохід галузі.

III. Задача

Обсяг продажів фірми – 1 млн грош. од., індекс Лернера становить 0,65, а граничні витрати – 35 грош. од. Фірма конкурує на своєму ринку з іншими 1000 фірмами. Яку ціну фірма призначить своїм споживачам? Яким буде розмір націнки? Як ви думаєте, є у фірми ринкова влада? Відповідь поясніть.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 5**

I. Теоретичні питання

1. Поняття галузевого ринку та визначення його меж.
2. Вертикальна взаємодія фірм як організаційна форма обмеження галузевої конкуренції.

II. Тестові завдання

1. *Відрізняють такі різновиди меж галузевого ринку:*
 - а) продуктово-конкурентні;
 - б) часові;
 - в) просторові;
 - г) усі відповіді вірні.
2. *Ситуація, за якої підтримка цін, установлених лідируючими фірмами в певному сегменті ринку, дозволяє фірмами-аутсайдерами одержувати економічний прибуток, отримала назву:*
 - а) «цінова парасолька»;
 - б) мовчазна змова;
 - в) свідомий паралелізм;
 - г) «самовбивча» поведінка.
3. *До умов здійснення цінової дискримінації не відноситься така:*
 - а) можливість фірми класифікувати споживачів за групами;
 - б) наявність у фірми ринкової влади;
 - в) здатність фірми перешкодити здійсненню арбітражних операцій;
 - г) наявність ринкової влади на стороні потенційного покупця або групи покупців.

III. Задача

Частки трьох найбільших фірм у галузі становлять 60, 20, 10 %. Даних про частки інших фірм і про їх кількість немає. Визначити в яких межах може лежати значення індексу Херфіндаля–Хіршмана для галузі.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 6

I. Теоретичні питання

1. Типологія ринкових структур.
2. Вертикальні обмеження.

II. Тестові завдання

1. *Що з наведеного не належить до типології меж поділу ринків:*

- а) локальні;
- б) фінансові;
- в) часові;
- г) продуктові.

2. *Знайдіть помилкове твердження: стимули до змови тим нижче, чим:*

- а) більша кількість учасників змови;
- б) менш прозорий ринок;
- в) нище роль інновацій на ринку – є можливості знизити витрати або ввести новий

продукт;

- г) менш рівномірно розподілені частки між продавцями;

3. *Поняття цінової дискримінації було введено в економічну теорію:*

- а) Альфредом Сесіль Пігу;
- б) І. Генріхом фон Тюненом;
- в) Гарольдом Хотеллінгом;
- г) Луїсом Фліпсом.

III. Задача

Фірма, що діє на ринку товару А, максимізує прибуток за ціни товару 2000 грош. од. За оцінками менеджерів компанії ринковий попит на товар такий, що при підвищенні ціни до 3000 грош. од. обсяг продажів зменшиться у 5 разів. Оцініть ринкову владу фірми.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 7**

I. Теоретичні питання

1. Показники концентрації та монопольної влади фірм.
2. Вигоди і витрати вертикальної інтеграції фірм.

II. Тестові завдання

1. Ринок з домінуючою фірмою характеризується тим, що подібне положення фірми створює їй можливість:

- а) усувати галузевих конкурентів;
- б) здійснювати вертикальну інтеграцію виробничих процесів;
- в) перешкоджати доступу на ринок іншим господарюючим суб'єктам;
- г) впливати на загальні умови товарного обігу в рамках галузевого ринку.

2. Якщо домінуюча фірма має переваги у витратах, то ринкова рівновага досягається.

- а) за ціни, що є вищою ніж конкурентна ціна;
- б) за ціни, що є нижчою, ніж конкурентна ціна;
- в) за ціни, що до рівнює конкурентній ціні;
- г) немає однозначної відповіді.

3. Цінова дискримінація другого ступеня має місце, коли:

- а) встановлюються ціни блага однакові для всіх покупців, однак різні залежно від умов продажу товару;
- б) відбувається поділ покупців на групи, для кожної з яких встановлюється своя ціна;
- в) витрати споживача завжди пропорційні обсягу, що купується;
- г) встановлюються різні ціни на проміжні товари підрозділів фірми.

III. Задача

Припустимо, що цінова еластичність ринкового попиту на роздрібний продаж бензину становить $-0,9$, індекс Ротшильда дорівнює $0,6$; щорічний обсяг продажів середнього роздрібного продавця бензину – $1,2$ млн грош. од. Яка цінова еластичність попиту для роздрібного продавця бензину?

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота з дисципліни «Мікроекономічний аналіз» Варіант № 8

I. Теоретичні питання

1. Економічна природа і сутність ринкових бар'єрів, причини та наслідки їх виникнення.
2. Наслідки здійснення вертикальної інтеграції фірм.

II. Тестові завдання

1. Основними характеристиками вхідних ринкових бар'єрів виступають:
 - а) склад, висота, ступінь подоланості;
 - б) склад, висота, часовий період, ефективність;
 - в) склад, висота, ступінь подоланості, ефективність;
 - г) склад, висота, ефективність, своєчасність.
2. До організаційних форм реалізації відносин повної (традиційної) інтеграції фірм не відносяться:
 - а) трести;
 - б) асоціації;
 - в) фінансово-промислові групи;
 - г) концерни.
3. До факторів, що визначають напрями диференціації продукту, не відноситься:
 - а) місце розташування фірми;
 - б) якість продукту;
 - в) обслуговування клієнтів до, під час і після продажу продукту;
 - г) існування рівноважної ринкової ціни.

III. Задача

Ринковий попит описується функцією $Q = 70000 - 200P$, де Q – обсяг попиту на продукцію, од.; P – ціна одиниці продукції, грош. од. На ринку діє 100 фірм, граничні витрати кожної дорівнюють $MC = q + 5$, де q – обсяг виробництва кожної фірми, од. У поточному році на даний ринок намагається вийти фірма, граничні витрати якої дорівнюють 15.

1. Чи увійде на ринок дана фірма? Якщо так, то яку ринкову частку вона отримає?
2. Яка ціна встановиться на ринку?
3. Чи отримуватимуть функціонуючі на ринку фірми економічний прибуток?

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 9**

I. Теоретичні питання

1. Характеристика бар'єрів входу на галузевий ринок і способи їх подолання.
2. Диференціація продукту: поняття, види, наслідки.

II. Тестові завдання

1. Що із переліченого нижче не являє собою бар'єр входу фірм на галузевий ринок:

- а) процесний патент;
- б) прихильність споживачів до торгової марки;
- в) переваги за витратами;
- г) обмежуюче вхід ціноутворення?

2. До організаційних форм відносин вертикальної квазіінтеграції відноситься:

- а) пул;
- б) асоціація;
- в) мережева організація;
- г) консорціум.

3. Виберіть невірне твердження:

- а) реальна диференціація припускає зміну внутрішніх властивостей продукту;
- б) фантомна диференціація стосується відмінностей виключно зовнішнього характеру;
 - в) прикладом фантомної диференціації може слугувати відмінності в функціональних характеристиках продукту;
 - г) прикладом реальної диференціації може слугувати відмінності в якості продуктів, їх довговічності.

III. Задача

Фірма, що функціонує на недосконало конкурентному ринку, випускає продукцію на кількох заводах. Функція ринкового попиту на її продукцію описується рівнянням $P = 100 - Q$, де P – ціна одиниці продукції, грош. од.; Q – обсяг попиту на продукцію, тис.од. Сукупні витрати фірми, що мають місце на кожному заводі, мають вигляд $TC = 10q + 2q^2 + 30$, де q – обсяг виробництва та продажу продукції, тис. од.

1. Визначте мінімально ефективний випуск кожного заводу.
2. Якою є оптимальна кількість заводів з точки зору мінімізації довгострокових витрат фірми?

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 10**

I. Теоретичні питання

1. Сукупність суперечливих інтересів підприємства.
2. Моделі вертикальної та горизонтальної диференціації продукту.

II. Тестові завдання

1. До адміністративних бар'єрів не відносяться бар'єри, пов'язані з:
 - а) перевагами за витратами;
 - б) ліцензуванням виду діяльності;
 - в) сертифікацією продукції та обладнання;
 - г) обмеженням на ввезення ресурсів.
2. Якщо на ринку продукту здійснюється продаж низькоякісного товару під маркою високоякісної продукції виробника, то в такому випадку має місце така проблема, пов'язана із нестачею координації діяльності дистриб'юторів:
 - а) ефект подвійної маржиналізації;
 - б) проблема недобросовісних дистриб'юторів;
 - в) проблема недобросовісних виробників;
 - г) проблема надлишкової конкуренції між дистриб'юторами.
3. Ступінь продуктової диференціації не може бути вимірний на підставі визначення:
 - а) рівня витрат фірми на рекламу своєї продукції;
 - б) показника дисперсії ринкових часток;
 - в) показника перехресної еластичності попиту;
 - г) прихильності споживачів до торгової марки.

III. Задача

На ринку діють дві фірми з ідентичними функціями витрат $TC = 10Q$, де Q – обсяг виробництва продукції, тис. од. Функція попиту на товар описується рівнянням $Q = 1500 - 50P$, де Q – обсяг попиту на продукцію, тис. од.; P – ціна одиниці продукції, грош.од. Чи будуть нові фірми намагатись увійти на галузевий ринок? Відповідь обґрунтуйте.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 11

I. Теоретичні питання

1. Методи оцінки рівня вхідних ринкових бар'єрів.
2. Реклама як фактор диференціації продукту: інтенсивність, вибір оптимального рівні витрат.

II. Тестові завдання

1. *Стан розвитку ринкової інфраструктури не характеризується:*
 - а) станом транспортних комунікацій;
 - б) рівнем страхових послуг;
 - в) наявністю надійної системи розрахунків;
 - г) ставками імпорتنих тарифів.
2. *До витрат здійснення вертикальної інтеграції фірм відносяться:*
 - а) скорочення гнучкості у виборі партнерів;
 - б) зниження стимулів конкуренції;
 - в) підвищення витрат та ускладнення процесу управління;
 - г) усі відповіді вірні.
3. *Найвідомішою моделлю горизонтальної диференціації продукту є:*
 - а) модель Г. Хотеллінга;
 - б) модель Дорфмана–Штайнера;
 - в) модель А. Курно;
 - г) модель Дж. Саттона.

III. Задача

Попит на товар на внутрішньому ринку описується формулою $QD = 120 - 12P$, а пропозиція вітчизняних виробників має вигляд: $QS = 4P - 8$. На вітчизняний ринок проникає зарубіжна фірма, що має переваги за витратами (середні витрати виробництва товару постійні й дорівнюють 3 грош. од., транспортні витрати вважатимемо рівними нулю) і починає відігравати домінуючу роль. Знайдіть параметри рівноваги на ринку після входу домінуючої фірми. Визначте ринкову частку домінуючої фірми.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 132**

I. Теоретичні питання

1. Еволюція поглядів на природу фірми.
2. Горизонтальна взаємодія фірм на ринку: поняття, класифікація моделей.

II. Тестові завдання

1. Якщо ціна на товар підвищується:

- а) попит на нього, як правило, зменшується;
- б) крива попиту на товари-замінники зміщується ліворуч;
- в) крива попиту на товари-комплемента зміщується ліворуч;
- г) обсяг попиту, як правило, збільшується.

2. X-неефективність виробництва в умовах монополії – це:

а) різниця між реальним рівнем витрат монополіста й ефективним рівнем витрат у галузі (мінімально можливим для даного випуску рівнем витрат;)

б) різниця між ефективним рівнем витрат у галузі (мінімально можливим для даного випуску рівнем витрат) і реальним рівнем витрат монополіста;

в) сума ефективного рівня витрат у галузі (мінімально можливого для даного випуску рівня витрат) і реального рівня витрат монополіста;

г) серед наведених варіантів немає вірної відповіді.

3. Що теоретично може викликати зниження попиту на товар X?

- а) збільшення доходів споживачів;
- б) збільшення цін на товари-субститути товару X;
- в) очікування росту цін на товар X;
- г) зменшення пропозиції товару X.

III. Задача

На підприємстві єдиним змінним ресурсом є праця. Всі інші ресурси є фіксованими:

Число робітників	0	1	2	3	4	5	6
Випуск (шт.)	0	40	90	126	150	165	180

Підрахуйте середній та граничний продукт виробництва. При якій кількості зайнятих результат виробництва за використанням продукту буде максимальним?

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 13**

I. Теоретичні питання

1. Взаємозв'язок розміру фірми й економії на витратах.
2. Некооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм.

II. Тестові завдання

1. Контрактний підхід до вивчення фірми започаткували
 - а) Адольф Огастес Берлі та Гардінер Мінз;
 - б) Уільям Меклінг і Майкл Дженсен;
 - в) Вільям Джек Баумоль і Робін Марріс;
 - г) Рональд Коуз.
2. Функцією *пропозиції називається*:
 - а) залежність обсягів пропозиції від технології виробництва;
 - б) залежність обсягів пропозиції від попиту на даний товар;
 - в) залежність обсягів пропозиції від факторів, що його визначають;
 - г) залежність обсягів пропозиції від рівноважної ціни на даний товар.
3. Модель Штакельберга заснована:
 - а) на припущенні про одночасне прийняття фірмами стратегічних розв'язків,
 - б) на стратегічній змінній – ціні товару,
 - в) на припущенні про послідовне прийняття фірмами стратегічних рішень;
 - г) на припущенні про нестійкий характер ринкової рівноваги.

III. Задача

Функція витрат однопродуктової фірми має вигляд $TC(q) = 600 + 2q^2$, де

TC – витрати, грош. од.; q – обсяг випуску продукції, тис. од. Визначите, у якому діапазоні випуску буде проявлятися позитивний ефект масштабу; негативний ефект масштабу.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 14**

I. Теоретичні питання

1. Фірма як сукупність суперечливих інтересів.
2. Кооперативні моделі горизонтальної взаємодії фірм на ринку.

II. Тестові завдання

1. Якщо ціна на товар підвищується:

- а) попит на нього, як правило, зменшується;
- б) крива попиту на товари-замінники зміщується ліворуч;
- в) крива попиту на товари-комплементи зміщується ліворуч;
- г) обсяг попиту, як правило, збільшується.

2. Функцією пропозиції називається:

- а) залежність обсягів пропозиції від технології виробництва;
- б) залежність обсягів пропозиції від попиту на даний товар;
- в) залежність обсягів пропозиції від факторів, що його визначають;
- г) залежність обсягів пропозиції від рівноважної ціни на даний товар.

3. Яка модель аналізує стратегічну взаємодію фірм за принципом «лідер - послідовник»:

- а) Модель Штакельберга;
- б) Модель Чемберліна;
- в) Модель Курно;
- г) модель Еджворта-Бертрана?

III. Задача

Виробнича функція фірми в короткостроковому періоді описується рівнянням $Q = 4L - 0,1 L^2$. Ціна продукції $P = 40$ грош. од., ставка заробітної плати $PL = 4$ грош. од. Фірма управляється менеджерами, що прагнуть до максимізації виплат адміністративно-управлінському персоналу, сума яких має таку залежність від прибутку й числа зайнятих: $I = 10 + 0,1\pi + 2L$. Визначити: обсяг продажів, число зайнятих, рівень змінних і середніх змінних витрат.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 15**

I. Теоретичні питання

1. Сукупність суперечливих інтересів підприємства.
2. Поведінка домінуючої фірми з конкурентним оточенням.

II. Тестові завдання

1. За підходом Робіна Марріса метою менеджерів, а отже і фірми є максимізація

- а) темпів росту фірми;
- б) сукупного доходу;
- в) власного добробуту;
- г) дивідендів.

2. Знайдіть помилкове твердження

- а) виграші, обумовлені дією Х-фактора, отримали назву Х-неефективності;
- б) зовнішня мотивація та особливості використання ресурсів, що не надходять у ринковий оборот є складовими Х-фактора;
- в) негативна дія Х-фактора призводить до компенсації неефективності діяльності виробництва нарощуванням додаткових ресурсів;
- г) прояв Х-неефективності є наслідком неконкурентного оточення підприємства.

3. Фірми, що утворюють картель поведуться як:

- а) єдиний монополіст, що максимізує сукупний прибуток галузі;
- б) об'єднання олігополістів, що мають різні економічні інтереси;
- в) об'єднання олігополістів, що розподіляють ринкові частки;
- г) єдиний монополіст, що максимізує сукупний дохід галузі.

III. Задача

Обсяг продажів фірми – 1 млн грош. од., індекс Лернера становить 0,65, а граничні витрати – 35 грош. од. Фірма конкурує на своєму ринку з іншими 1000 фірмами. Яку ціну фірма призначить своїм споживачам? Яким буде розмір націнки? Як ви думаєте, є у фірми ринкова влада? Відповідь поясніть.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 16**

I. Теоретичні питання

1. Поняття галузевого ринку та визначення його меж.
2. Вертикальна взаємодія фірм як організаційна форма обмеження галузевої конкуренції.

II. Тестові завдання

1. *Відрізняють такі різновиди меж галузевого ринку:*
 - а) продуктово-конкурентні;
 - б) часові;
 - в) просторові;
 - г) усі відповіді вірні.
2. *Ситуація, за якої підтримка цін, установлених лідируючими фірмами в певному сегменті ринку, дозволяє фірмами-аутсайдерами одержувати економічний прибуток, отримала назву:*
 - а) «цінова парасолька»;
 - б) мовчазна змова;
 - в) свідомий паралелізм;
 - г) «самовбивча» поведінка.
3. *До умов здійснення цінової дискримінації не відноситься така:*
 - а) можливість фірми класифікувати споживачів за групами;
 - б) наявність у фірми ринкової влади;
 - в) здатність фірми перешкодити здійсненню арбітражних операцій;
 - г) наявність ринкової влади на стороні потенційного покупця або групи покупців.

III. Задача

Частки трьох найбільших фірм у галузі становлять 60, 20, 10 %. Даних про частки інших фірм і про їх кількість немає. Визначити в яких межах може лежати значення індексу Херфіндаля–Хіршмана для галузі.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 17**

I. Теоретичні питання

1. Типологія ринкових структур.
2. Вертикальні обмеження.

II. Тестові завдання

1. Що з наведеного не належить до типології меж поділу ринків:

- а) локальні;
- б) фінансові;
- в) часові;
- г) продуктові.

2. Знайдіть помилкове твердження: стимули до змови тим нижче, чим:

- а) більша кількість учасників змови;
- б) менш прозорий ринок;
- в) нище роль інновацій на ринку – є можливості знизити витрати або ввести новий

продукт;

- г) менш рівномірно розподілені частки між продавцями;

3. Поняття цінової дискримінації було введено в економічну теорію:

- а) Альфредом Сесіль Пігу;
- б) І. Генріхом фон Тюненом;
- в) Гарольдом Хотеллінгом;
- г) Луїсом Фліпсом.

III. Задача

Фірма, що діє на ринку товару А, максимізує прибуток за ціни товару 2000 грош. од. За оцінками менеджерів компанії ринковий попит на товар такий, що при підвищенні ціни до 3000 грош. од. обсяг продажів зменшиться у 5 разів. Оцініть ринкову владу фірми.

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 18**

I. Теоретичні питання

1. Показники концентрації та монопольної влади фірм.
2. Вигоди і витрати вертикальної інтеграції фірм.

II. Тестові завдання

1. Ринок з домінуючою фірмою характеризується тим, що подібне положення фірми створює їй можливість:

- а) усувати галузевих конкурентів;
- б) здійснювати вертикальну інтеграцію виробничих процесів;
- в) перешкоджати доступу на ринок іншим господарюючим суб'єктам;
- г) впливати на загальні умови товарного обігу в рамках галузевого ринку.

2. Якщо домінуюча фірма має переваги у витратах, то ринкова рівновага досягається.

- а) за ціни, що є вищою ніж конкурентна ціна;
- б) за ціни, що є нижчою, ніж конкурентна ціна;
- в) за ціни, що до рівнює конкурентній ціні;
- г) немає однозначної відповіді.

3. Цінова дискримінація другого ступеня має місце, коли:

- а) встановлюються ціни блага однакові для всіх покупців, однак різні залежно від умов продажу товару;
- б) відбувається поділ покупців на групи, для кожної з яких встановлюється своя ціна;
- в) витрати споживача завжди пропорційні обсягу, що купується;
- г) встановлюються різні ціни на проміжні товари підрозділів фірми.

III. Задача

Припустимо, що цінова еластичність ринкового попиту на роздрібний продаж бензину становить $-0,9$, індекс Ротшильда дорівнює $0,6$; щорічний обсяг продажів середнього роздрібного продавця бензину – $1,2$ млн грош. од. Яка цінова еластичність попиту для роздрібного продавця бензину?

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота з дисципліни «Мікроекономічний аналіз» Варіант № 19

I. Теоретичні питання

1. Економічна природа і сутність ринкових бар'єрів, причини та наслідки їх виникнення.
2. Наслідки здійснення вертикальної інтеграції фірм.

II. Тестові завдання

1. Основними характеристиками вхідних ринкових бар'єрів виступають:
 - а) склад, висота, ступінь подоланості;
 - б) склад, висота, часовий період, ефективність;
 - в) склад, висота, ступінь подоланості, ефективність;
 - г) склад, висота, ефективність, своєчасність.
2. До організаційних форм реалізації відносин повної (традиційної) інтеграції фірм не відносяться:
 - а) трести;
 - б) асоціації;
 - в) фінансово-промислові групи;
 - г) концерни.
3. До факторів, що визначають напрями диференціації продукту, не відноситься:
 - а) місце розташування фірми;
 - б) якість продукту;
 - в) обслуговування клієнтів до, під час і після продажу продукту;
 - г) існування рівноважної ринкової ціни.

III. Задача

Ринковий попит описується функцією $Q = 70000 - 200P$, де Q – обсяг попиту на продукцію, од.; P – ціна одиниці продукції, грош. од. На ринку діє 100 фірм, граничні витрати кожної дорівнюють $MC = q + 5$, де q – обсяг виробництва кожної фірми, од. У поточному році на даний ринок намагається вийти фірма, граничні витрати якої дорівнюють 15.

1. Чи увійде на ринок дана фірма? Якщо так, то яку ринкову частку вона отримає?
2. Яка ціна встановиться на ринку?
3. Чи отримуватимуть функціонуючі на ринку фірми економічний прибуток?

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 20**

I. Теоретичні питання

1. Характеристика бар'єрів входу на галузевий ринок і способи їх подолання.
2. Диференціація продукту: поняття, види, наслідки.

II. Тестові завдання

1. Що із переліченого нижче не являє собою бар'єр входу фірм на галузевий ринок:

- а) процесний патент;
- б) прихильність споживачів до торгової марки;
- в) переваги за витратами;
- г) обмежуюче вхід ціноутворення?

2. До організаційних форм відносин вертикальної квазіінтеграції відноситься:

- а) пул;
- б) асоціація;
- в) мережева організація;
- г) консорціум.

3. Виберіть невірне твердження:

- а) реальна диференціація припускає зміну внутрішніх властивостей продукту;
- б) фантомна диференціація стосується відмінностей виключно зовнішнього характеру;
 - в) прикладом фантомної диференціації може слугувати відмінності в функціональних характеристиках продукту;
 - г) прикладом реальної диференціації може слугувати відмінності в якості продуктів, їх довговічності.

III. Задача

Фірма, що функціонує на недосконало конкурентному ринку, випускає продукцію на кількох заводах. Функція ринкового попиту на її продукцію описується рівнянням $P = 100 - Q$, де P – ціна одиниці продукції, грош. од.; Q – обсяг попиту на продукцію, тис.од. Сукупні витрати фірми, що мають місце на кожному заводі, мають вигляд $TC = 10q + 2q^2 + 30$, де q – обсяг виробництва та продажу продукції, тис. од.

1. Визначте мінімально ефективний випуск кожного заводу.
2. Якою є оптимальна кількість заводів з точки зору мінімізації довгострокових витрат фірми?

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 21**

I. Теоретичні питання

1. Сукупність суперечливих інтересів підприємства.
2. Моделі вертикальної та горизонтальної диференціації продукту.

II. Тестові завдання

1. До адміністративних бар'єрів не відносяться бар'єри, пов'язані з:
 - а) перевагами за витратами;
 - б) ліцензуванням виду діяльності;
 - в) сертифікацією продукції та обладнання;
 - г) обмеженням на ввезення ресурсів.
2. Якщо на ринку продукту здійснюється продаж низькоякісного товару під маркою високоякісної продукції виробника, то в такому випадку має місце така проблема, пов'язана із нестачею координації діяльності дистриб'юторів:
 - а) ефект подвійної маржиналізації;
 - б) проблема недобросовісних дистриб'юторів;
 - в) проблема недобросовісних виробників;
 - г) проблема надлишкової конкуренції між дистриб'юторами.
3. Ступінь продуктової диференціації не може бути вимірний на підставі визначення:
 - а) рівня витрат фірми на рекламу своєї продукції;
 - б) показника дисперсії ринкових часток;
 - в) показника перехресної еластичності попиту;
 - г) прихильності споживачів до торгової марки.

III. Задача

На ринку діють дві фірми з ідентичними функціями витрат $TC = 10Q$, де Q – обсяг виробництва продукції, тис. од. Функція попиту на товар описується рівнянням $Q = 1500 - 50P$, де Q – обсяг попиту на продукцію, тис. од.; P – ціна одиниці продукції, грош.од. Чи будуть нові фірми намагатись увійти на галузевий ринок? Відповідь обґрунтуйте.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 22

I. Теоретичні питання

1. Методи оцінки рівня вхідних ринкових бар'єрів.
2. Реклама як фактор диференціації продукту: інтенсивність, вибір оптимального рівні витрат.

II. Тестові завдання

1. *Стан розвитку ринкової інфраструктури не характеризується:*
 - а) станом транспортних комунікацій;
 - б) рівнем страхових послуг;
 - в) наявністю надійної системи розрахунків;
 - г) ставками імпорتنих тарифів.
2. *До витрат здійснення вертикальної інтеграції фірм відносяться:*
 - а) скорочення гнучкості у виборі партнерів;
 - б) зниження стимулів конкуренції;
 - в) підвищення витрат та ускладнення процесу управління;
 - г) усі відповіді вірні.
3. *Найвідомішою моделлю горизонтальної диференціації продукту є:*
 - а) модель Г. Хотеллінга;
 - б) модель Дорфмана–Штайнера;
 - в) модель А. Курно;
 - г) модель Дж. Саттона.

III. Задача

Попит на товар на внутрішньому ринку описується формулою $QD = 120 - 12P$, а пропозиція вітчизняних виробників має вигляд: $QS = 4P - 8$. На вітчизняний ринок проникає зарубіжна фірма, що має переваги за витратами (середні витрати виробництва товару постійні й дорівнюють 3 грош. од., транспортні витрати вважатимемо рівними нулю) і починає відігравати домінуючу роль. Знайдіть параметри рівноваги на ринку після входу домінуючої фірми. Визначте ринкову частку домінуючої фірми.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 23

I. Теоретичні питання

1. Технологія прогнозування попиту на продукцію фірми.
2. Формування попиту на змінний ресурс.

II. Тестові завдання

1. Показником, що відображає, на скільки збільшується сукупний виторг фірми за зростання кількості залученого ресурсу, є:

- а) цінність граничного продукту ресурсу;
- б) граничний продукт;
- в) граничний виторг ресурсу;
- г) граничні факторні витрати.

2. Найвідомішою моделлю горизонтальної диференціації продукту є:

- а) модель Г. Хотеллінга;
- б) модель Дорфмана–Штайнера;
- в) модель А. Курно;
- г) модель Дж. Саттона.

3. До умов здійснення цінової дискримінації не відноситься така:

- а) можливість фірми класифікувати споживачів за групами;
- б) наявність у фірми ринкової влади;
- в) здатність фірми перешкодити здійсненню арбітражних операцій;
- г) наявність ринкової влади на стороні потенційного покупця або групи покупців.

III. Задача

Ринковий попит на кінцевий продукт описується рівнянням $Q = 100 - P$, де Q – обсяг попиту на продукт, тис. од.; P – ціна одиниці продукту, грош. од. Технологія виробництва кінцевого продукту характеризується виробничою функцією $Q_A = 4Q$, де Q – обсяг випуску кінцевого продукту, тис. од.; Q_A – обсяг використання проміжного продукту A , тис. од. Функція пропозиції проміжного продукту A має вигляд $Q_A = P_A$, де Q_A – обсяг пропозиції проміжного продукту A , тис. од. На основі наведених даних визначте, як вплине вертикальна інтеграція на параметри ринкової рівноваги, розмір економічного прибутку виробника кінцевого продукту та надлишок споживача на ринку кінцевого продукту за умови, якщо на ринку проміжного продукту A і на ринку кінцевого продукту діє по одному виробнику-монополісту.

Викладач

Мізюк С.Г.

Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 24

I. Теоретичні питання

1. Методи прогнозування попиту на продукцію фірми.
2. Особливості формування попиту на капітал і землю.

II. Тестові завдання

1. Цінність граничного продукту ресурсу:

- а) являє собою ціну реалізації останньої одиниці продукції;
- б) показує грошову вартість граничного фізичного продукту;
- в) дорівнює зміні обсягу виробництва при використанні додаткової одиниці виробничого фактора;
- г) відображає, на скільки збільшується сукупний виторг фірми за зростання кількості залученого ресурсу.

2. Автором моделі «кругового міста» є:

- а) Г. Хотеллінг;
- б) Дж. Саттон;
- в) С. Салоп;
- г) А. Курно.

3. Поняття цінової дискримінації було введено в економічну теорію:

- а) Альфредом Сесіль Пігу;
- б) І. Генріхом фон Тюненом;
- в) Гарольдом Хотеллінгом;
- г) Луїсом Фліпсом.

III. Задача

Досвід показує, що ресторани McDonald's, які перебувають у розпорядженні франчайзера, встановлюють нижчі ціни, ніж незалежні продавці. Чим це можна пояснити?

Викладач

Мізюк С.Г.

**Модульна контрольна робота
з дисципліни «Мікроекономічний аналіз»
Варіант № 25**

I. Теоретичні питання

1. Регресійний аналіз попиту на продукцію фірми.
2. Ціноутворення на ресурсних ринках.

II. Тестові завдання

1. Умовою максимізації прибутку фірмою, яка виступає монополістом на продуктовому ринку та досконалим конкурентом на ринку єдиного змінного ресурсу, є:

- а) $VMP_x = MRC_x$;
- б) $VMP_x = MRC_x = P_x$;
- в) $MRP_x = MRC_x$;
- г) $MRP_x = MRC_x = P_x$.

2. Виберіть помилкове твердження: в моделі Хотеллінга:

- а) рівноважні ціни залежать від ставки транспортного тарифу та розташування фірм;
- б) обсяги продукції залежать виключно від розташування фірм;
- в) при зростанні транспортних витрат – простір монопольної влади кожного продавця зменшується;
- г) довжина «мертвої зони» показує втрати суспільного добробуту внаслідок збільшення транспортних тарифів.

3. За цінової дискримінації першого ступеня:

- а) крива попиту збігається з кривою граничних витрат;
- б) оптимальний випуск визначається перетином кривих граничного доходу та кривої граничних витрат фірми;
- в) фірма збільшує свій прибуток і привласнює весь споживчий надлишок;
- г) загальний обсяг продажу дорівнює рівню недискримінаційної монополії.

III. Задача

Попит на товар на внутрішньому ринку описується формулою $QD = 120 - 12P$, а пропозиція вітчизняних виробників має вигляд: $QS = 4P - 8$. На вітчизняний ринок проникає зарубіжна фірма, що має переваги за витратами (середні витрати виробництва товару постійні й дорівнюють 3 грош. од., транспортні витрати вважатимемо рівними нулю) і починає відігравати домінуючу роль. Знайдіть параметри рівноваги на ринку після входу домінуючої фірми. Визначте ринкову частку домінуючої фірми.

Викладач

Мізюк С.Г.