

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет транспорту, менеджменту і логістики
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

**Методичні рекомендації з організації самостійної роботи студентів з
дисципліни «МІКРОЕКОНОМІКА»**

для студентів 1 курсу

Освітньо-професійної програми: «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)», «Логістика», «Авіаційна логістика», «Менеджмент авіакомпаній та аеропортів»

(освітньо-професійна програма підготовки)

Розроблені: к.е.н., доц. Бабич Р.Б.

(науковий ступінь, вчене звання, П.І.Б. викладача)

Розглянуто та схвалено

на засіданні кафедри менеджменту ЗЕДП

Протокол № ____ від «__» ____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____ Кириленко О.М.

ВСТУП

У методичних рекомендаціях надаються загальні вказівки щодо виконання самостійних завдань з основних розділів дисципліни «Мікроекономіка».

Призначені для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)», «Логістика», «Авіаційна логістика», «Менеджмент авіакомпаній та аеропортів».

Розраховано на студентів вищих навчальних закладів, що навчаються за програмою бакалаврів при впровадженні модульно-рейтингових технологій у навчальний процес.

Самостійна робота студентів відіграє важливу роль у вихованні свідомого ставлення здобувачів вищої освіти до оволодіння професійними компетенціями, прищепленні їм звички до спрямованої інтелектуальної праці. Важливо, щоб студенти не просто здобували знання, а й опановували способи їх добування.

В умовах кредитно – модульної системи самостійна робота є основним засобом засвоєння студентами навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових видів навчальної діяльності.

Мета курсу: розвиток у студентів сучасного економічного та креативного мислення, набуття й закріплення системи спеціальних знань у галузі мікроекономічної теорії, основних умінь та навичок практичного застосування компетентностей оптимального вибору в умовах обмежених ресурсів з метою максимізації прибутку (корисності).

Основними **завданнями** дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів щодо знань про базові теоретичні положення мікроекономіки; підготовка до вивчення цієї галузі фундаментальних економічних знань в поглиблених курсах мікроекономіки, а також в прикладних дисциплінах, що базуються на мікроекономічній теорії.

Після вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- базові положення мікроекономічної теорії щодо функціонування ринкового механізму, формування попиту і пропозиції, вибору споживача і виробника;
- принципи раціональної поведінки економічних мікросистем в ринкових умовах;
- термінологію і основні прийоми мікроекономічного аналізу;
- інструментарій аналізу раціональної поведінки споживачів у ринкових умовах;
- наукові підходи, практичні методи та прийомами оптимізації діяльності виробників у різних типах ринкових структур.

Студенти повинні вміти:

- використовувати інструментарій мікроекономічного аналізу для вивчення та оптимізації поведінки економічних суб'єктів у ринкових умовах;
- застосовувати прийоми мікроекономічних досліджень для аналізу ефективності функціонування господарських мікросистем;
- виконувати економічні розрахунки параметрів моделей, пов'язаних з аналізом і обґрунтуванням раціональної поведінки учасників ринку.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
дисципліни
“Мікроекономіка»

№ п/п	Назва змістового модуля і теми
Модуль № 1. «ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА»	
1.	Мікроекономіка як наука
2.	Попит і пропозиція
3.	Еластичність і пристосування ринку
4.	Споживання і попит на конкурентному ринку (кардиналістська та ординалістська моделі)
5.	Бюджетне обмеження та споживчий вибір
Модуль № 2 «ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА»	
6.	Фірма як мікроекономічний суб'єкт
7.	Аналіз ринку досконалої конкуренції
8.	Продуктивність ресурсів і витрати у довгостроковому періоді
9.	Теорії ринків недосконалої конкуренції (монополія, монополістична конкуренція, олігополія)
Разом годин: 120	

МОДУЛЬ № 1. «ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА»

Тема 1. Мікроекономіка як наука.

Теми рефератів:

1. Зміст, співвідношення та генезис термінів «політична економія», «теоретична економіка», «економікс».
2. Рідкісність ресурсів та альтернативність вибору: мікроекономічний аналіз.
3. Історія мікроекономічної думки в Україні.
4. Повна та обмежена раціональність споживача у поясненні реальних економічних ситуацій.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і розуміти:

- місце мікроекономіки в системі економічних наук;
- етапи становлення та розвитку мікроекономіки;
- методи та функції мікроекономіки;
- основні характеристики мікросистеми

У даній темі акцентується увага на тому, що мікроекономіка розглядає діяльність економічних суб'єктів як процес прийняття та реалізації економічних рішень щодо розпорядження обмеженими ресурсами з найбільшою користю.

При цьому вона відповідає на три основні питання: 1) що виробляти (як задовольнити потреби); 2) як виробляти (яким чином використовувати обмежені ресурси); 3) для кого виробляти (хто отримає вироблений продукт)? Далі необхідно приділити увагу кривій виробничих можливостей для з'ясування питання, що виробляти? Крива виробничих можливостей ілюструє поняття «альтернативна вартість» – кількість одиниць товару, якою необхідно пожертвувати заради виробництва однієї додаткової одиниці іншого товару.

Прийняття рішення про те, як виробляти, припускає досягнення виробничої або технологічної ефективності, тобто виробництво товарів найбільш дешевшим способом.

Тести для контролю засвоєних знань

1. Якими двома основними причинами можна пояснити існування економічних проблем?
 - а) впливом держави на економіку та зростанням населення Землі;
 - б) забрудненням навколишнього середовища та існуванням транснаціональних корпорацій;
 - в) наявністю безробіття та інфляції;
 - г) необмеженістю бажань людей та обмеженістю ресурсів.
2. Мікроекономіка, на відміну від макроекономіки, вивчає:
 - а) тільки поведінку окремого споживача; б) економіку територіальної одиниці;
 - в) економічні явища протягом короткого часу, періоду; г) взаємодію

структурних одиниць економіки.

3. Мікроекономічна теорія вивчає, як ринкова економіка визначає:

- а) ціну товару;
- в) ціну економічних ресурсів; б) ціну послуг;
- г) будь-які ціни.

4. Будуючи моделі, економісти:

а) розробляють припущення, які спрощують ситуацію; б) включають усю наявну інформацію; ?

в) мають використовувати математичні моделі; г) намагаються дублювати реальний світ.

5. Мікроекономіка:

а) оперує сукупними рівнями доходів, зайнятості та виробництва;

б) докладно досліджує окремих суб'єктів, які становлять економічну систему;

в) вивчає детальну інформацію про окремі сегменти економічної системи;

г) базується на широкому підході до діяльності економічної системи.

6. Позитивна мікроекономічна теорія вивчає:

а) «що є»;

б) «що повинно бути»;

в) позитивні тенденції в економічному розвитку; г) оціночні судження.

7. Що означає категорія «рідкісність»?

а) високу якість; в) неповторність; б) обмеженість; г) трудомісткість.

8. Поняття «метод» означає:

а) структуру предмета;

б) набір фактичних даних;

в) способи оптимального застосування всієї сукупності пізнавальних засобів;

г) світоглядні настанови вченого.

9. Економічна раціональність – це такий принцип поведінки суб'єктів господарювання, відповідно до якого:

а) суб'єкт завжди намагається отримати за даних умов найкращий для себе результат;

б) суб'єкт повинен діяти за інструкціями, які завжди відбивають оптимальний варіант;

в) суб'єкт ощадливо витрачає гроші;

г) суб'єкт діє однаково, опинившись в однакових умовах.

10. Яке з питань належить до мікроекономічних?

а) взаємозв'язок інфляції та безробіття;

б) взаємозв'язок ціни та обсягу попиту на товар; в) взаємозв'язок доходу та заощаджень;

г) взаємозв'язок процентної ставки та попиту на гроші.

Література [1-2,4, 6, 9, 23-24]

Тема 2. Попит і пропозиція.

Теми рефератів

1. Вплив нецінових детермінант попиту на ринкову рівновагу в Україні.
2. Особливості діагностики ринкової рівноваги за а. Маршаллом і за Л. Вальрасом.
3. Вплив держави на встановлення ринкової рівноваги в Україні.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і розуміти:

- закон попиту та криву попиту;
- закон пропозиції та криву пропозиції;
- ринкову рівновагу.

Основними ринковими змінними є попит, пропозиція та ціна, які формують ринковий механізм саморегулювання. Необхідно дослідити попит та обсяг попиту, пропозицію та обсяг пропозиції, визначити цінові та нецінові чинники, що впливають на них.

Потім слід перейти до аналізу ринкової рівноваги.

Ринкова рівновага – ситуація на ринку, коли підприємці пропонують за певною ціною стільки товарів, скільки споживачі готові купити. Звертаємо увагу на необхідність з'ясування особливостей встановлення рівноваги у короткостроковому та довгостроковому періодах (модель А. Маршала та модель Л. Вальраса).

У даній темі акцентується увага на вивченні динамічної моделі рівноваги та механізму її встановлення. Моделі, що описують економічні процеси, поділяються на статичні і динамічні. У статичних моделях фактор часу не враховується. Динамічна модель рівноваги (павукоподібна) показує різні варіанти руху до рівноваги або неможливості її досягнення, з урахуванням змін у часі.

Тести для контролю засвоєних знань

1. Економічний попит означає:
 - а) бажання споживача придбати даний товар; б) форма вираження потреб;
 - в) придбання якого-небудь блага, що вимірюється тими «жертвами», що приходиться робити заради його покупки;
 - г) суб'єктивне бажання споживача, підкріплене його коштами.
2. Якщо попит знижується, крива попиту зрушується:
 - а) вниз і вліво;
 - б) за обертанням годинної стрілки; в) вгору і вправо;
 - г) проти обертання годинної стрілки.
3. Якими обставинами з нижчеперелічених може бути викликане переміщення точки ринкової рівноваги уздовж кривої попиту на даний товар:
 - а) зміною доходу споживача;

б) зміною смаків і переваг споживача; в) зміною цін на товари-замінники;

г) зміною цін на даний товару.

4. Зрушення кривої попиту на товар X пояснюється тим, що:

а) пропозиція товару X з деякої причини зменшилася;

б) ціна товару X виросла, і як наслідок цього споживачі вирішили купувати менше цього товару;

в) смаки споживачів викликали інтерес до товару X і тому вони хочуть купувати його при будь-якій ціні більше, чим раніш;

г) ціна товару X зменшується, тому споживачі вирішили його купувати більше, чим раніш.

5. Якщо чай і кава – товари взаємозамінні, то ріст ціни на каву приведе до:

а) падіння попиту на чай; б) росту попиту на чай;

в) збільшенню величини попиту на чай; г) зниженню попиту на чай.

6. Падіння попиту на товар може бути викликане:

а) зменшенням доходів споживачів;

б) зменшенням цін на товари – замінники товару X; в) зростанням цін на товар X;

г) падінням пропозиції товару X.

7. Що відбувається з кривою попиту на тостери, якщо зростає ціна хліба:

а) не змінить свого положення; б) зрушиться вправо і вгору;

в) зрушиться вліво вниз;

г) займе горизонтальне положення.

8. Закон пропозиції стверджує: якщо ціни ростуть, а інші умови незмінні, то це приведе до:

а) зростання пропозиції; б) зниження пропозиції;

в) до росту величини пропозиції; г) до падіння величини пропозиції.

9. Ріст цін на матеріали, необхідні для виробництва товару X, викликає:

а) зрушення кривої попиту нагору і вправо; б) зрушення кривої пропозиції вгору і вліво;

в) зрушення кривої попиту і кривої пропозиції вгору; г) зрушення кривої пропозиції вниз і вправо.

10. Удосконалювання технології зрушує:

а) криву попиту вгору і вправо; б) криву пропозиції вгору і вліво;

в) криву попиту і криву пропозиції вгору; г) криву пропозиції вниз і вправо.

Література [1-4, 6, 9-13, 16-18, 23-24,]

Тема 3. Еластичність і пристосування ринку.

Теми рефератів

1. Цінова еластичність попиту.
2. Парадокс Гіффена.
3. Взаємозамінюючі та взаємодоповнюючі товари.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і розуміти:

- методи обчислення показників еластичності;
- цінова еластичність попиту та пропозиції;
- нецінові чинники еластичності попиту та пропозиції.

Конкурентний ринок перерозподіляє ресурси так, що вони застосовуються в тих галузях, де віддача від них є найбільшою, а набір вироблених товарів задовольняє всі уподобання споживача.

Необхідно перейти до аналізу часткової і загальної рівноваги. Звертаємо увагу на те, що аналіз загальної рівно ваги розширює можливості оцінки ефективності функціонування ринкової економіки. Загальна рівновага – це стан, за якого у всій економічній системі встановлюються ціни рівноваги. Загальна рівновага відображає ефекти зворотного зв'язку – реакцію на зміни, які виникають на взаємопов'язаних ринках.

У даній темі акцентується увага на дослідженні концепції «ефективності за Парето». З'ясуйте спочатку сутність цього поняття та умови досягнення у конкурентній економіці.

Тести для контролю засвоєних знань

1. Дослідження загальної рівноваги є аналізом:
 - а) рівноважної ціни та рівноважного обсягу виробництва на окремих ринках;
 - б) рівноваги окремого споживача; в) рівноваги окремої фірми;
 - г) стану економіки, за якого одночасно забезпечується рівновага попиту та пропозиції на всіх ринках товарів і ресурсів.
2. Ефект зворотного зв'язку:
 - а) відображає зміни рівноважних цін та обсягів на певному ринку як реакцію на зміни цін та обсягів на всіх взаємопов'язаних ринках;
 - б) відображає зміни рівноважних цін та обсягів на певному ринку як реакцію на зміни цін та обсягів на ринках товарів-субститутів;
 - в) відображає зміни рівноважних цін та обсягів на певному ринку як реакцію на зміни цін та обсягів на ринках товарів комплементів;
 - г) відображає зміни рівноважних цін та обсягів на певному ринку як реакцію на зміни цін та обсягів на ринках ресурсів.
3. Підвищення ціни чаю чинитиме наступний вплив на ринках кави та кавоварок:
 - а) ціни на каву та кавоварки зростуть; б) ціни на каву та кавоварки знизяться;
 - в) ціни на каву зростуть, а на кавоварки знизяться; г) ціни на каву знизяться, а на кавоварки зростуть.

4. Внаслідок зростання доходів населення та впровадження більш продуктивних технологій на багатьох ринках:

- а) рівноважні ціни знизяться, а рівноважні обсяги продукції зростуть;
- б) рівноважні ціни та рівноважні обсяги продукції зростуть;
- в) рівноважні ціни зростуть, а рівноважні обсяги продукції зменшаться;
- г) рівноважні ціни можуть змінитися чи не змінитися, а рівноважні обсяги продукції обов'язково зростуть.

5. Необхідною умовою загальної економічної рівноваги для економіки досконалої конкуренції є:

- а) необмеженість всіх ресурсів;
- б) державне регулювання економіки;
- в) підтримання умов рівноваги між попитом та пропонуванням на ринках всіх продуктів і ресурсів;
- г) максимізація корисності для всіх споживачів.

6. Ринкова економіка враховує суспільні інтереси навіть тоді, коли окремі виробники за пріоритет ставлять власні цілі, тому що існує:

- а) усвідомлення суспільних інтересів більшістю виробників; б) соціальна відповідальність керівників ділових структур; в) планування і координація роботи ринкового механізму з боку уряду;
- г) конкурентні ринки.

7. Якщо фермери бажають продавати свою продукцію за високими цінами, а домогосподарки бажають купувати її за низькими, то в ринковій економіці їх інтереси узгоджуються за допомогою:

- а) конкуренції; б) уряду;
- в) прогнозування; г) планування.

8. У конкурентній ринковій економіці проблеми що, як і для кого виробляти вирішуються:

- а) комітетом з планування економічного розвитку; б) рішеннями виборців;
- в) ціновим механізмом; г) урядом.

9. За наявності численних недоліків конкурентний ринковий механізм має незаперечну перевагу:

- а) забезпечення високого рівня життя; б) ефективний розподіл ресурсів;
- в) справедливий розподіл доходів;
- г) стабільність цін на вільних ринках.

10. Досягнення загальної ринкової рівноваги за Кейнсом здійснюється завдяки:

- а) процесам ринкового саморегулювання у короткостроковому періоді;
- б) взаємодомовленості між господарюючими суб'єктами; в) активному втручанню держави в економічні процеси; г) довгостроковим пристосуванням ринку.

Література [3, 5, 9, 10, 11, 13, 26, 27, 28, 34]

Тема 4. Споживання і попит на конкурентному ринку (кардиналістська та ординалістська моделі).

Теми рефератів

1. Співвідношення категорій «корисність» і «споживча вартість».
2. Корисність блага в економічному і фізіологічному сенсі.
3. Використання теорії споживчого вибору в маркетингових дослідженнях.
4. Вклад Ф. Еджуорта, В. Парето, Е. Слуцького, Р. Аллена, Дж. Хікса в розвиток ординалістської теорії.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття.

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал. Традиційна версія теорії споживчого вибору базується на кількісному вимірюванні корисності.

1. граничну корисність;
2. загальну корисність;
3. стан споживчої рівноваги.

Починаючи вивчення теоретичного матеріалу, треба згадати сутність категорій «потреби» і «блага», визначити класифікацію потреб за різними ознаками, з'ясувати ознаки економічних благ.

Потім доцільно дослідити історичну ретроспективу формування принципів кількісної (кардиналістської) теорії поведінки споживача, яка окреслила принципово новий підхід до аналізу цінності благ: цінність розглядається як функція корисності. Одним із базових понять, яке відображає особливості маржиналістського підходу до аналізу поведінки споживача є корисність.

Важливо зрозуміти динаміку сукупної та граничної корисності, яка визначається першим законом Госсена. Згідно із законом спадної граничної корисності величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці блага даного виду зменшується із збільшенням кількості товару, що споживається. Однак слід пам'ятати про те, що існують винятки із дії цього закону, які доцільно проаналізувати.

Ординалістська теорія ґрунтується на аналітичному апараті кривої байдужості, що являє собою модель бажаного, описує поведінку споживача без урахування видатків на будь-який споживчий кошик. Як економічна категорія крива байдужості – це множина наборів благ однакового рівня корисності. Зверніть увагу на той факт, що існують різні конфігурації кривих байдужості та визначте, від чого залежить їх форма.

Тести для контролю засвоєних знань

1. На базі якого змінного фактора будується функція корисності?
 - а) бажань споживача;
 - б) рівня якості благ, які споживаються; в) рівня цін благ, які споживаються;
 - г) обсягу благ, які споживаються.
2. Що таке гранична корисність?

а) мінімальна корисність, яку споживач може отримати при споживанні даного блага;

б) максимальна корисність, яку споживач може отримати при споживанні даного блага;

в) похідна функції загального продукту;

г) приріст загальної корисності блага при збільшенні споживання блага на одну граничну одиницю.

3. Загальна корисність зростає, якщо гранична корисність:

а) зменшується; б) збільшується;

в) збільшується у повільному темпі;

г) або збільшується, або зменшується, але залишається при цьому величиною позитивною.

4. У чому полягає взаємодія між загальною та граничною корисністю?

а) чим вище MU, тим вище TU; б) чим нижче MU, тим нижче TU; в) чим нижче MU, тим вище TU;

г) коли TU максимальна, MU дорівнює нулю.

5. Що означає ситуація рівноваги (оптимуму) споживача? а) максимізацію TU при певному бюджетному обмеженні; б) кожне придбане благо приносить однакову MU;

в) при зростанні кількості покупок одного блага скорочуються покупки іншого виду блага;

г) споживач витрачає однакову кількість грошей на покупку кожного виду благ.

6. Теорія поведінки споживача передбачає, що споживач може максимізувати:

а) сукупну корисність; в) граничну корисність; б) середню корисність;

г) кожну з перелічених величин.

а) максимальний рівень корисності, який споживач хоче одержати;

7. Який з наведених нижче переліків значень сукупної корисності ілюструє закон спадної граничної корисності:

а) 20, 30, 40, 50;

б) 20, 28, 34, 38;

в) 20, 40, 80, 160;

г) 20, 35, 55, 80.

8. Сукупна корисність:

а) максимізується, коли гранична корисність набуває нульового значення;

б) збільшується зі зростанням споживання блага;

в) є сумою задоволення від споживання певної кількості благ;

г) всі відповіді правильні.

9. Сукупна корисність зростає, коли гранична корисність:

а) зменшується; б) збільшується;

в) збільшується або зменшується, але є додатною величиною; г) збільшується повільно.

10. Який з наведених нижче переліків значень граничної корисності ілюструє закон спадної граничної корисності:

- а) 200, 150, 150, 150;
- б) 200, 230, 250, 260;
- в) 200, 300, 400, 500;
- г) 200, 150, 90, 40.

11. Положення та нахил кривої байдужості для окремого споживача безпосередньо залежить від:

- а) його вподобань та розміру доходу; б) тільки цін на товари;
- в) тільки від споживацьких переваг;
- г) його переваг, розміру доходу і цін на товари, що купуються.

12. Два набори благ, які мають однакову корисність:

- а) належать одній кривій байдужості; б) знаходяться на одній кривій попиту;
- в) знаходяться на одній лінії бюджетного обмеження; г) належать різним кривим байдужості.

13. Щоб максимізувати корисність за обмеженого бюджету, споживач повинен:

- а) не купувати товари низької якості;
- б) бути впевненим, що ціна кожного товару дорівнює граничній корисності грошей;
- в) розподіляти дохід таким чином, щоб остання грошова одиниця, витрачена на купівлю товару, приносила такий самий приріст корисності, як і грошова одиниця, витрачена на купівлю іншого товару;
- г) зрівняти граничні корисності останніх одиниць товарів, що купуються.

14. Нахил бюджетної лінії відображає:

- а) кількість одного блага, яку споживач згоден поміняти на таку ж кількість іншого блага, щоб залишитися на тому ж рівні добробуту;
- б) межі можливого споживання двох благ при певних цінах на них;
- в) співвідношення цін двох благ;
- г) підвищення граничної норми заміщення одного блага іншим.

15. Споживач вважає, що йому однаково корисно щоденно випивати як 4 склянки молока та 2 склянки кефіру, так і 3 склянки молока та 3 склянки кефіру. У цьому випадку гранична норма заміщення кефіру молоком дорівнює:

- а) 4 / 2;
- б) 2 / 3;
- в) 1 / 1;
- г) 3 / 2.

16. Якщо споживач обирає комбінацію товарів, що представлена точкою з координатами на площині, що знаходиться зліва від бюджетної лінії, то він:

- а) максимізує корисність;
- б) бажає купити більше товарів, ніж дозволяє бюджет; в) неповністю використовує свій бюджет;
- г) перебуває в стані споживчої рівноваги.

17. Споживач отримує дохід 80 грош. од. і купує два товари: X – за ціною 5 грош. од., Y – 4 грош. од. Який з наступних наборів благ недосяжний для споживача:

- а) $X = 16, Y = 0$; б) $X = 11, Y = 9$; в) $X = 8, Y = 10$;
- г) $X = 8, Y = 8$.

18. Нахил бюджетної лінії відображає:

- а) кількість одного блага, яку споживач згоден поміняти на таку ж кількість іншого блага, щоб залишитися на тому ж рівні добробуту;
- б) межі можливого споживання двох благ при певних цінах на них;
- в) співвідношення цін двох благ;
- г) підвищення граничної норми заміщення одного блага іншим.

19. Якщо підвищується ціна одного товару, то:

- а) відбувається зміна положення кривої байдужості; б) зменшується його корисність;
- в) змінюється нахил бюджетної лінії;
- г) відбувається паралельне переміщення кривої байдужості.

20. Оптимальне правило покупки полягає у наступному:

- а) ціна товару відповідає його загальній корисності; б) гранична корисність блага відповідає його ціні;
- в) найбільша ціна повинна бути менше граничної корисності товару;
- г) такого не існує, кожний споживач керується власним уявленням.

Література [2, 4, 10, 11, 14, 16, 25, 28, 30]

Тема 5. Бюджетне обмеження та споживчий вибір.

Теми рефератів

1. Парадокс Гіффена: українські реалії.
2. Співвідношення ефектів доходу і заміни для різних товарів.
3. Методи прийняття рішень в ситуаціях з ризиком в Україні.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття.

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і розуміти:

- поняття бюджетного обмеження споживача;
- узагальнену модель споживчого вибору;
- загальне правило оптимізації вибору споживача.

Починаючи вивчення теоретичного матеріалу, варто згадати основні інструменти ординалістської теорії та умови рівноваги споживача. У даній

темі акцентується увага на тому, що визначення оптимального споживчого кошика залежить від цін товарів та доходів споживача.

Розглядаючи друге питання плану, треба проаналізувати вплив на рівновагу споживача зміни цін товарів за допомогою кривої «ціна-споживання». Якщо за незмінної величини бюджету змінюється ціна тільки одного блага, то бюджетна лінія змінює кут нахилу і, відповідно, змінюється рівновага споживача.

Крива «ціна – споживання» – це крива, що з'єднує всі точки рівноваги споживача при зміні ціни одного товару. На її основі будується крива попиту. Рекомендується дослідити криву «ціна – споживання» для товарів субститутів та комплементарних товарів.

Далі слід проаналізувати вплив на рівновагу споживача зміни доходу та побудувати криву «дохід – споживання» для нормальних, неякісних та нейтральних благ. Крива «дохід – споживання» – це крива, що з'єднує всі точки рівноваги споживача при зміні доходу споживача.

Після вивчення кривої «дохід – споживання» необхідно з'ясувати особливості кривої Енгеля, яка показує взаємозв'язок між кількістю придбаного блага і доходу споживача за незмінних цін і вподобань. Важливо дослідити форму кривої залежно від виду блага.

Тести для контролю засвоєних знань:

1. Крива «дохід – споживання» показує:
 - а) залежність споживання товарів від цін;
 - б) залежність споживання товарів від доходу; в) залежність доходу від споживання;
 - г) усі точки рівноваги споживача відповідно із зростанням його доходу.
2. Товар є нормальним, якщо:
 - а) споживач збільшує обсяг його споживання із зростанням доходу;
 - б) він не наносить шкоди здоров'ю споживачів; в) із зниженням ціни обсяг його покупок зростає;
 - г) із збільшенням цін обсяг його покупок не змінюється.
3. Якщо споживання неякісних товарів має тенденцію зростати в міру збільшення цін на них, то це:
 - а) закон Енгеля;
 - б) парадокс Гіффена; в) ефект заміщення; г) ефект доходу.
4. На яку категорію товарів зменшується величина попиту за зростання доходів споживача:
 - а) товари першої необхідності; б) товари розкоші;
 - в) товари низької якості;
 - г) товари з одиничною еластичністю попиту.
5. Якщо ціна товару збільшується, ефект заміщення означає:
 - а) зменшення споживання цього товару і збільшення споживання інших товарів;
 - б) зменшення споживання тільки цього товару;

в) зменшення споживання цього товару й інших товарів; г) зменшення споживання цього товару і ніяких змін у споживанні інших товарів.

6. Ефект доходу означає, що:

а) підвищення грошових доходів дає змогу споживачеві купувати меншу кількість нормальних товарів;

б) зменшення ціни товару дозволяє споживачеві купувати більше цього товару, оскільки він стає дешевшим від інших товарів;

в) споживачі обиратимуть різні комбінації різних продуктів, доки граничні корисності останніх придбаних одиниць кожного товару не зрівняються;

г) якщо ціна товару знижується, споживач має змогу купити більше всіх товарів за певного грошового рівня доходу.

7. Якщо крива «дохід – споживання» має позитивний нахил, то:

а) обидва товари нормальні; б) обидва товари неякісні; в) один товар неякісний;

г) усі відповіді неправильні.

8. Щоб побудувати лінію «ціна – споживання», потрібно:

а) змінювати дохід і досліджувати рівновагу споживача; б) змінювати ціну товару та досліджувати рівновагу споживача;

в) змінювати дохід і ціни обох товарів та досліджувати рівновагу споживача;

г) змінювати ціни обох товарів і досліджувати рівновагу споживача.

9. Визначивши свої можливості, споживач згоден заплатити 20 грош. од. за годинник. Прийшовши до магазину, він виявив, що може його придбати за 16 грош. од. У цьому випадку споживчий надлишок дорівнюватиме:

а) 16 грош. од.;

б) 20 грош. од.;

в) 4 грош. од.; г) 36 грош. од.

10. Що з наведеного нижче характеризує товар Гіффена:

а) зі зниженням ціни даного блага обсяг попиту на нього зростає;

б) зі зростанням ціни даного блага обсяг попиту на нього скорочується;

в) зі зниженням ціни даного блага обсяг попиту на нього скорочується;

г) зміна ціни даного блага не впливає на обсяг попиту на нього.

Література [1 -5, 8, 13, 19, 23, 24, 30, 37, 42]

МОДУЛЬ № 2 «ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ ВИРОБНИКА»

Тема 6. Фірма як мікроекономічний суб'єкт.

Теми рефератів

1. Види виробничих функцій: класична, неокласична (Кобба-Дугласа), лінійно-обмежена (Леонтьєва-Вальраса), технологічні (інжинірингові) виробничі функції тощо.

2. Сучасні теорії фірми.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і знати:

1. теорія виробництва, поняття виробничої функції;
2. теорії витрат виробництва і прибутків;
3. виробничу функцію з одним змінним фактором;
4. короткострокові витрати виробництва та їх чинники.

Розпочати вивчення теми слід із з'ясування сутності фірми, яка одночасно виступає як покупець факторів виробництва на ринку ресурсів і продавець продукції на ринку товарів. При цьому необхідно дослідити основні організаційно-правові види фірм.

Основною функцією фірми є функція виробництва, яка являє собою економічну модель технології, описує зв'язок між витратами факторів виробництва та максимально можливим обсягом випуску продукції.

Далі необхідно проаналізувати фактори виробництва з точки зору забезпечення технологічно та економічно ефективного способу виробництва, визначити чинники їх досягнення.

Слід наголосити, що мета діяльності фірми – максимізація загальної суми прибутку за певний період - передбачає пошук найбільш ефективної виробничої функції. Тому треба визначити властивості виробничої функції та її основні види.

Особливу увагу при аналізі фірми необхідно приділити основним показникам її діяльності. Спочатку визначте сутність сукупного, середнього та граничного продукту, які виробляє фірма, зв'язок між ними та графічну інтерпретацію. Залежно від динаміки цих показників, виділяють стадії виробництва у короткостроковому періоді діяльності фірми. Дохід фірми формується у вигляді виторгу, величина якого залежить від ціни та кількості реалізованої продукції.

Тести для контролю засвоєних знань:

1. Що, з точки зору економічної теорії, лежить в основі мотивації поведінки фірми?

- а) прагнення використати найменш енергоємний процес виробництва;
- б) бажання уникнути високих податків;
- в) бажання отримувати максимальний прибуток; г) звести до мінімуму екологічні збитки.

2. Які види витрат належать до факторів виробництва?

- а) капітал, праця, прибуток, підприємництво; б) земля, праця, капітал;
- в) проценти, прибуток, підприємництво; г) праця, земля, дохід.

3. Що характеризує виробнича функція?

- а) загальний обсяг використаних виробничих ресурсів; б) найбільш ефективний спосіб технологічної організації виробництва;
- в) взаємозв'язок витрат із максимальним обсягом випуску продукції;
- г) спосіб максимізації прибутку за умови мінімізації витрат.
4. Яке з рівнянь є рівнянням виробничої функції Кобба-Дугласа?
- а) $Q = k(T\alpha + K\beta + M\gamma)$; б) $Q = K\alpha + K\beta + M\gamma$ в) $Q = k(T + K + M)\alpha$ г) $Q = A(K\alpha L\beta)$
5. Що виражає граничний продукт?
- а) приріст виробленого продукту на величину всіх витрат; б) приріст загального продукту, який приходить на одиницю приросту витрат змінного фактора;
- в) можливий приріст виробленого продукту, який відноситься до виробничих витрат;
- г) загальний приріст виробництва при зміні умов на ринку.
6. Що означає, коли при певному значенні змінного фактора середній продукт приймає максимальне значення:
- а) загальний продукт (ТР) приймає максимальне значення; б) значення загального продукту (ТР) починає зменшуватися;
- в) середній продукт (АР) дорівнює граничному продукту (МР);
- г) граничний продукт (МР) дорівнює нулю.
7. Дія закону спадної продуктивності праці означає, що:
- а) значення граничного продукту (МР) при певній величині змінного фактора X стає негативною величиною;
- б) середній продукт (АР) зростає до певного значення змінного фактора X , а потім зменшується;
- в) при постійному рості змінного фактора X загальний продукт (ТР) починає зменшуватися;
- г) продуктивність праці не може зростати безкінечно.
8. У короткостроковому періоді:
- а) всі ресурси фіксовані;
- б) обсяги принаймні одного з ресурсів неможливо змінити; в) всі ресурси є змінними;
- г) кількість ресурсів неможливо змінити.
9. Технологічно ефективним є спосіб виробництва, який:
- а) максимізує прибуток фірми;
- б) максимізує обсяги виробництва за використання чітко визначеного обсягу ресурсів;
- г) мінімізує збитки фірми.
10. Бухгалтерський прибуток утворюється як різниця:
- а) між сукупним виторгом і зовнішніми витратами; б) між сукупним виторгом і внутрішніми витратами;
- в) між сукупним виторгом і економічними витратами; г) між сукупним виторгом і неявними витратами.

Література [3, 5, 9, 10, 16, 17, 19, 29, 38, 43]

Тема 7. Аналіз ринку досконалої конкуренції.

Теми рефератів

1. Порівняльна оцінка ефективності різних ринкових структур.
2. Характеристика ринку досконалої конкуренції на прикладі розвитку галузей народного господарства України.
3. Використання граничних величин у мікроекономічному аналізі.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і знати:

1. ознаки та умови досконалої конкуренції;
2. ринкова поведінка підприємства у короткому періоді;
3. аналіз фірми в довгостроковому періоді;
4. ефективність досконалої конкуренції.

Опрацювання теоретичного матеріалу треба почати зі з'ясування типів ринкового середовища та їх основних ознак.

Як відомо, прибуток фірми багато у чому залежить від ринкової ситуації, насамперед від типу конкуренції. Дайте пояснення, чому конкурентна фірма не може впливати на ринкову ціну товару та які основні характеристики її поведінки на ринку.

З'ясування особливостей функціонування конкурентної фірми дає досить підстав для вирішення проблеми максимізації прибутку, тобто розробки моделі вибору фірмою оптимальних обсягів виробництва, які забезпечують їй максимальний прибуток. Така модель має свою специфіку для коротко- і довгострокового періодів.

Тести для контролю засвоєних знань

1. Якщо на ринку досконалої конкуренції ціна товару X складає 25 грн., то це означає що окремо взята фірма:
 - а) буде збільшувати обсяг виробництва, поки AR (середній дохід) не зрівняється з 25 грн.;
 - б) досягне рівноваги, коли ціна P зрівняється з граничною виручкою;
 - в) прагне збільшити випуск товару до рівня, коли сумарна виручка TR зрівняється із загальними витратами $ТС$.
2. Чи можливо, щоб в умовах досконалої конкуренції ціна товару перевищувала величину граничного доходу?
 - а) це є однією з умов ринку досконалої конкуренції, і завжди $P > MR$;
 - б) можливо, але тільки для товарів, які мають високу перехресну еластичність;
 - в) це буде характерно для всіх обсягів випуску, які перевищують рівноважний;
 - г) ні, тому що при досконалій конкуренції P і MR рівні для будь-якого доходу.
3. У короткостроковому періоді конкурентна фірма, яка максимізує прибуток або мінімізує збитки, не буде продовжувати виробництво, якщо:

а) ціна продукту нижче мінімальних середніх витрат; б) середні постійні витрати вище ціни продукту;

в) ціна продукту нижче мінімуму середніх змінних витрат; г) ціна продукту нижче граничних витрат.

4. Якщо фірма, яка діє в умовах досконалої конкуренції, знаходиться в рівновазі в довгостроковому періоді, то це означає, що:

а) ціна товару дорівнює граничним витратам;

б) фірма не може скоротити за рахунок розширення масштабів виробництва;

в) фірма має мінімальні середні витрати в довгостроковому періоді;

г) середні витрати дорівнюють ціні товару.

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

а) зупинити виробництво якомога швидше;

б) продовжити виробництво товарів на рівні, де $P = MC$, якщо $P > AVC$;

в) витрати збільшуються на нову технологію;

г) продовжити виробництво доти, поки ціна покриває всі постійні витрати.

6. У якому випадку величина сумарної виручки TR перевищує загальні витрати TC конкурентної фірми?

а) це відбувається тоді, коли фірма має економічний прибуток;

б) для цього необхідно, щоб граничні витрати MC були нижче ціни товару P ;

в) $TR > TC$, коли $MR > MC$;

г) $TR > TC$, коли ціна товару нижче середніх загальних витрат.

7. При якому з наведених положень досконало конкурентна галузь знаходиться в рівновазі:

а) $P < LATC$; б) $P = LATC$;

в) $P = LATC = LMC$; г) $P > LATC$.

8. В умовах досконалої конкуренції ціна дорівнює мінімальним середнім витратам:

а) у короткотерміновому періоді; в) завжди;

б) у довготерміновому періоді; г) ніколи.

9. Фірми на досконало конкурентному ринку:

а) у довгостроковому періоді неминуче стають збитковими внаслідок надто жорсткої конкуренції;

б) у довгостроковому періоді завжди отримують економічний прибуток за наявності стабільного споживчого попиту;

в) у короткостроковому періоді можуть отримувати як економічні прибутки, так і збитки, але у довгостроковому вони отримують лише нормальний прибуток;

г) у довгостроковому періоді можуть отримати економічний прибуток, короткостроковий період є для цього недостатнім.

10. У довгостроковому періоді внаслідок одержання конкурентними фірмами економічного прибутку:

- а) фірми почнуть скорочувати обсяги виробництва; б) фірми залишатимуть галузь;
- в) число фірм в галузі не зміниться;
- г) нові фірми будуть входити в галузь.

Література [2, 3, 4, 6, 8, 11, 13-18]

Тема 8. Продуктивність ресурсів і витрати у довгостроковому періоді.

Теми рефератів

1. Структура підприємств за різними організаційно-правовими формами.

2. Траєкторія розвитку фірми у різних галузях економіки.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і знати:

1. вибір фірмою ефективної технології;
2. вибір фірмою економічно ефективного способу виробництва;
3. довгострокові середні витрати;
4. механізм встановлення довгострокової рівноваги конкурентної фірми і галузі.

Опрацювання теоретичного матеріалу треба почати з повторення категорій, які вивчалися в попередній темі курсу, особливу увагу приділивши виробничій функції. Короткострокова виробнича функція надає інформацію про внесок кожної одиниці змінного фактора у зростання загального обсягу випуску. За низьких обсягів виробництва використання змінного фактора гранична продуктивність додатна і зростає, що є проявом закону зростаючої граничної продуктивності, а за високих – додатна, але зменшується, коли починає діяти закон спадної віддачі.

Закон спадної граничної продуктивності факторів виробництва – з нарощуванням використання змінного фактора за інших фіксованих віддача від кожної додаткової його одиниці спадає.

Далі слід проаналізувати виробничу функцію у довгостроковому періоді. Двофакторна виробнича функція дозволяє визначити можливості заміни ресурсів для технологічно ефективного виробництва. Способом її описання є ізокванта. Як економічна категорія ізокванта – це крива, що відображає альтернативні варіанти ресурсів, які використовуються для виробництва певного обсягу продукції. З'ясуйте властивості ізоквант, їх види та сутність граничної норми технологічного заміщення, яка визначається при русі вздовж кривої ізокванти.

Тести для контролю засвоєних знань

1. Ізокванта ілюструє:

- а) криву сукупного продукту; б) виробничу функцію;
 в) різні обсяги продукту, які можна зробити при заданих кількостях ресурсів;
 г) криву середнього продукту.
2. Виробнича функція показує:
 а) які витрати потрібно здійснити на той чи інший обсяг випуску;
 б) найбільш вигідний для фірми випуск при заданих цінах на ресурси;
 в) максимальну кількість продукту, яку можна одержати, використовуючи різні сполучення ресурсів;
 г) мінімальну кількість продукту, яку можна одержати, використовуючи різні сполучення ресурсів.
3. Технічний прогрес означає:
 а) зсув ізокванти до початку координат; б) зміна форми ізокванти;
 в) немає правильної відповіді;
 г) перехід на більш високі ізокванти.
4. Оптимальна комбінація ресурсів знаходиться в точці:
 а) перетинання двох ізоквант;
 б) торкання ізокванти з дотичною в даній точці; в) торкання двох сусідніх ізоквант;
 г) перетинання ізокванти з вісями координат.
5. Ізокванта ілюструє:
 а) весь набір можливих рівнів виробництва за умови зміни кількості праці;
 б) весь набір можливих рівнів виробництва за умови зміни кількості капіталу;
 в) всі можливі комбінації праці та капіталу, які забезпечують виробництво одного й того самого обсягу продукції;
 г) всі можливі комбінації праці та капіталу, які мінімізують витрати.
6. Фірма збільшує обсяги використання праці з 500 до 725 од., внаслідок чого виробництво продукції зростає з 600 до 1100 од. Можна стверджувати, що має місце:
 а) зростаючий ефект масштабу; б) спадний ефект масштабу;
 в) постійний ефект масштабу; г) змінний ефект масштабу.
7. Будь-яка точка ізокости або ізокванти представляє: а) сукупні витрати виробництва певного обсягу продукції; б) комбінацію фізичних обсягів двох ресурсів;
 в) максимальний обсяг випуску продукції;
 г) обсяг випуску продукції у грошовому виразі.
8. Заміна одного фактора виробництва іншим відбувається:
 а) при русі вздовж ізокванти та ізокости; б) при русі лише вздовж ізокости;
 в) тільки у випадку спадної продуктивності фактора виробництва;
 г) при русі вздовж траєкторії розвитку фірми.

9. Фірма максимізує обсяг виробництва за певного рівня витрат у точці дотику:

а) ізокости та найнижчої з можливих ізоквант; б) ізокости та найвищої з можливих ізоквант; в) ізокванти та найнижчої з можливих ізокост.

10. Фірма мінімізує витрати виробництва заданого обсягу продукції у точці дотику:

а) ізокости та найнижчої з можливих ізоквант; б) ізокости та найвищої з можливих ізоквант; в) ізокванти та найнижчої з можливих ізокост; г) ізокванти та найвищої з можливих ізокост.

Література [1, 2, 3, 10, 14, 20, 21, 24, 36, 37, 40]

Тема 9. Теорії ринків недосконалої конкуренції (монополія, монополістична конкуренція, олігополія).

Теми рефератів

1. Особливості монополізації економіки України.
2. Стимування монополістичної влади: антитрестівська політика.
3. Надлишок споживача, надлишок виробника і чисті втрати для суспільства за умов монополії.
4. Ринок мобільного зв'язку в Україні.
5. Модель поведінки лідерів і аутсайдерів на олігопольних ринках гомогенних і гетерогенних благ.
- 6 Організація ринку олігополії у різних галузях економіки України.
7. Порівняльна характеристика різних типів ринкового середовища.
8. Нецінова конкуренція та диференціація продукту в умовах ринку монополістичної конкуренції.
9. Ринок кондитерських виробів в Україні.

Методичні рекомендації щодо підготовки до практичного заняття

Для обговорення теоретичного матеріалу студенти повинні опрацювати лекційний матеріал і знати:

- монопольний ринок;
- олігопольний ринок;
- ринок монополістичної конкуренції.

Розгляд цієї ринкової структури необхідно почати з визначення умов, за яких може існувати монополія. Як економічна категорія монополія – це виключне право виробництва, промислу, торгівлі та інших видів діяльності, що належать одній особі, певній групі осіб або державі. Зверніть увагу на економічні, адміністративні та правові бар'єри вступу до галузі, різновиди монополій.

Олігополія – це галузь, у якій більша частина продажу здійснюється кількома великими фірмами, кожна з яких спроможна впливати на ринкову ціну власними діями. Звертаємо увагу на те, що головною рисою цього ринку є загальний взаємозв'язок фірм, який породжується нечисленністю конкурентів, та залежить від виду олігополії.

Тести для контролю засвоєних знань

1. За умов недосконалої конкуренції, в тому числі чистої монополії:

а) крива попиту на продукцію фірми співпадає з кривою граничного виторгу;

б) граничний виторг дорівнює ціні за всіх обсягів випуску; в) крива сукупного виторгу є нелінійною, опуклою до вгору;

г) крива попиту на продукцію фірми є горизонтальною прямою.

2. Галузь є недосконало конкурентною, якщо:

а) у довгостроковому періоді всі фірми галузі отримують лише нормальний прибуток;

б) у довгостроковому періоді нові фірми не можуть увійти в галузь;

в) граничний виторг типової фірми галузі на всіх обсягах випуску дорівнює ціні;

г) середній виторг типової фірми галузі на всіх обсягах випуску дорівнює ціні.

3. До утворення монополій не призводить:

а) дія ефекту масштабу;

б) наявність у фірми патентів, ліцензій, авторських прав; в) виробництво та збут товару, який має багато близьких

субститутів;

г) контроль над стратегічними ресурсами, необхідними для виробництва.

4. За умов монополії для кожного обсягу випуску крім першої одиниці:

а) граничний виторг дорівнює ціні; б) граничний виторг менший за ціну; в) граничний виторг більший за ціну.

5. Монополія максимізуватиме прибуток або мінімізуватиме збитки, виробляючи обсяг продукції, для якого:

а) ціна дорівнює мінімуму середніх сукупних витрат;

б) граничний виторг дорівнює середнім сукупним витратам; в) граничний виторг дорівнює граничним витратам;

г) граничний виторг дорівнює середнім змінним витратам.

6. Якщо монополіст обирає комбінацію обсягу випуску і ціни, яка відповідає нееластичному відрізку кривої попиту, то можна зробити висновок, що:

а) монополіст може збільшити сукупний виторг, знизивши ціну;

б) монополіст отримує прибуток менший, ніж максимально можливий;

в) граничний виторг монополіста має додатне значення; г) граничний виторг монополіста вищий за ціну.

7. Монополіст, який прагне максимізувати прибуток, буде знижувати ціну на свою продукцію, доки:

а) граничний виторг перевищує граничні витрати;

б) знижуються граничні витрати;

в) знижуються середні сукупні витрати; г) знижується попит на його продукцію.

8. Крива пропонування монополії:

- а) дорівнює мінімуму AUC ;
- б) співпадає з відрізком довгострокової кривої граничних витрат вище мінімуму AVC ;
- в) співпадає з відрізком короткострокової кривої граничних витрат вище мінімуму ATC ;
- г) відсутня, монополія не має кривої пропонування.

9. Діяльність підприємства-монополіста буде обумовлюватися його бажанням:

- а) виробляти менший обсяг продукції за високого рівня ціни; б) встановлювати ціну, що буде відповідати нееластичній частині лінії попиту;
- в) максимізувати прибуток;
- г) виготовляти продукції більше та підвищувати ціну на неї.

10. Монополіст, який бажає максимізувати прибуток, завжди виготовлятиме такий обсяг продукції, за якого попит:

- а) нееластичний або одиничної еластичності; б) еластичний або одиничної еластичності; в) одиничної еластичності;
- г) при максимізації прибутку монополіст не зважатиме на рівень еластичності попиту.

11. Олігополія – це ринкова структура, в якій діє:

- а) значне число конкуруючих фірм – виробників однорідної продукції;
- б) значне число конкуруючих виробників диференційованої продукції;
- в) незначне число конкуруючих фірм – виробників однорідної або диференційованої продукції;
- г) незначне число конкуруючих виробників диференційованої продукції.

12. Олігополію відрізняють:

- а) значні перешкоди до вступу в галузь; б) диференційована продукція;
- в) значне число невеликих фірм на ринку; г) однорідна продукція.

13. Яка з наведених ознак характерна тільки для олігополії:

- а) диференційована продукція;
- б) загальна взаємозалежність фірм;
- в) наявність бар'єрів до вступу в галузь; г) нецінова конкуренція.

14. Аналіз олігополії, порівняно з аналізом інших ринкових структур, ускладнений тим, що:

- а) число фірм у галузі настільки значне, що поведінку ринку точно передбачити неможливо;
- б) граничний виторг і граничні витрати фірм на олігополістичному ринку не впливають на визначення оптимального обсягу випуску та ціни;
- в) рішення фірм не завжди спрямовані на максимізацію економічного прибутку;
- г) загальна взаємозалежність фірм і неможливість передбачити реакцію конкурентів посилюють фактор невизначеності.

15. У яких ринкових структурах продукт може бути диференційованим?

- а) у досконалій конкуренції, монополістичній конкуренції та олігополії;
- б) у монополістичній конкуренції та олігополії; в) у досконалій конкуренції та олігополії;
- г) у чистій монополії та олігополії.

16. Учасник картелю може збільшити свій прибуток у короткостроковому періоді, якщо:

- а) збільшить обсяг випуску продукції понад встановлену квоту;
- б) буде продавати свою продукцію за нижчими цінами; в) встановить вищу ціну, ніж решта учасників картелю; г) буде повністю дотримуватись умов картельної угоди.

17. Галузь, що складається з 50 виробників диференційованої продукції, ринкова частка кожного з яких не перевищує 3%, належить до:

- а) досконалої конкуренції;
- б) монополістичної конкуренції; в) олігополії;
- г) монополії.

18. Основна характеристика монополістичної конкуренції полягає у тому, що:

- а) фірми не можуть вільно входити в галузь і виходити з неї; б) на ринку діє незначне число фірм;
- в) фірми випускають диференційовану продукцію; г) фірми не мають ніякого контролю над цінами.

19. Монополістична конкуренція поєднує значний розвиток конкуренції з незначною монопольною владою, які є наслідком відповідно:

- а) диференціації продукції та високих бар'єрів до вступу в галузь;
- б) абсолютно еластичного попиту на продукцію фірми та контролю над цінами;
- в) значного числа невеликих фірм та диференціації продукції; г) вільного вступу в галузь та незначного числа фірм в галузі.

20. До монополістичної конкуренції слід віднести ринок:

- а) губної помади; б) алюмінію;
- в) пшениці;
- г) електроенергії.

Література [1, 3, 5, 7, 9, 12, 39, 40]

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилінська О., Мініна О. Мікроекономіка: навч. посіб. К.: Вид-во ЦУЛ, 2019. - 348 с.;
2. Економічна теорія: навч. посіб. для студентів спеціальностей «економіка», «облік і оподаткування», «менеджмент», «маркетинг», «підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / кол.авт.: Шкодіна І. В. та ін. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2020. - 230 с.;
3. Шкодіна І. В. Мікроекономіка та макроекономіка: навч.-метод. матеріали для студентів спец. 292 «Міжнародні економічні відносини». Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. - 45 с.;
4. Гронтковська Г. Е., Косік А. Ф. Макроекономіка: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 672 с.;
5. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: [у 2 кн.] / [С. М. Панчишин, П. І. Островерх, В. Б. Буняк та ін.] / За ред. Панчишина С. М., Островерха П. І. К.: Знання, 2019. Кн. 2: Мікроекономіка. - 437 с.;
6. Будаговська С., Кілієвич О., Луніна І. та ін. Мікроекономіка і макроекономіка. Підручник. К.: Основи, 2019. - 517 с.;
7. Ватаманюк О. Мікроекономіка. Навчальний посібник. К.: Кондор, 2020. - 192 с.;
8. Веріан Г.Р. Мікроекономіка: проміжний рівень. Сучасний підхід: Підручник / Пер. з англ. С. Сухая. К.: Лібра, 2019. - 632 с.
9. Задоя А.О. Мікроекономіка. Курс лекцій та вправи. Навч. посібник. К.: Знання, 2018.;
10. Економічна теорія: політична економія: Підручник / За ред. С.І. Юрія. ч.2. Теоретичні основи підприємницької діяльності: мікроекономічний аналіз. К.: Кондор, 2018. - 613 с.;
11. Павленко І. М. Мікроекономіка: Навч. посібник. К, 2019. - 286 с.;
12. Піндайк Р. С. Мікроекономіка / Р. С. Піндайк, Д. Л. Рубінфелд.; пер. з англ. А. Олійник і Р. Скільський. К.: Основи, 2018. - 646 с.;
13. Пода А.К., Вашків О.П., Куц Л.Л. Мікроекономіка: Навч. посібник. - К: ІСДО, 2020. - 156 с.;
14. Acemoglu D., Laibson D., List J. Microeconomics. London: Pearson, 2019. - 514 p.;
15. Colander D. Microeconomics. London: McGraw-Hill Education, 2019. - 624 p.;
16. Frank R.H., Bernanke B.S. Principles of Microeconomics. London: McGraw-Hill Education, 2019. - 480 p.;
17. Espinola-Arredondo A., Munoz-Garcia F. Intermediate Microeconomic Theory: Tools and Step-by-Step Examples. The MIT Press, 2020. - 505 p.;
18. McConnell C.R., Brue S.L. Economics: principles, problems, and policies. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2018. - 818 p.;
19. Організація власного бізнесу: навч. посіб.: за ред. к.е.н. доц. Є.В. Ткача. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича. 2023. - 264 с.;

20. Економіка: практикум з економічної теорії, історії економіки та економічної думки, мікро- та макроекономіки. За ред. З.І. Галушки, Г.М. Поченчук. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т. Ю. Федьковича. 2022. - 368 с.;
21. Базилевич В.Д. Мікроекономіка : навч. посіб. / В. Д. Базилевич та ін. – К. : Знання, 2020. – 679 с.;
22. Гронтовська Г., Косік А. Мікроекономіка: практикум. –К.: ЦУЛ. – 2019. – 400 с.;
23. Ігнатюк А.І. Мікро- та макроекономіка: Підручник. К.: Ліра-К, 2023. - 420 с.;
24. Петрушенко Ю.М. Мікроекономіка: теорія та приклади розв'язання задач: навч. посіб. К.: Університетська книга, 2023. – 320 с.;
25. Рудий М.М. Мікроекономіка: Підручник. К.: Вид-во ЦУЛ, 2019. - 408 с.;
26. Галушка З.І., Поченчук Г.М. Економіка: теорія і практика. Підручник. Чернівці: Чернів. нац. ун-т. 2020. - 232 с.;
27. Мудрак Р.П., Бурляй А.П., Костюк В.С. та ін. Економічна теорія: навч. посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. - 720 с.;
28. Талавиря М.П., Байдала В.В., Бутенко В.В., Болгарова Н.К., Пащенко О.В., Гуца І.О. Економічна теорія: Навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти. К.: Наукова столиця. 2020. - 338 с.;
29. Башнянин Г. І., Шевчук Є. С. Політична економія: навч. посіб. 2-ге вид. Львів: «Магнолія плюс», 2018. - 312 с.;
30. Білецька А.В., Білецький О.В., Савич В. І. Економічна теорія (Мікроекономіка, Макроекономіка): навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: ЦУЛ, 2019. – 688 с.;
31. Мацелюх Н., Розум О., Максименко І., Теліщук М. Основи економічної науки: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2019. - 324 с.;
32. Поплавська Ж.В., Криса О.Й. Мікроекономіка: Теорія і практика управлінської економіки: навч. посіб. К.: Алерта, 2019. - 270 с.;
33. Інструменти мікро- і макроекономіки в публічному управлінні: навчальний посібник/ В. П. Якобчук [та інші]; за ред. В. П. Якобчук. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. - 406 с.;
34. Мірясов Ю.О., Чатченко Т.В. Збірник задач з мікро- та макроекономіки». Х.: ХНУ, 2020 – 36 с.;
35. Мірясов Ю.О., Чатченко Т.В. Економічна теорія: мікро- та макроекономіка / навч. посібник. Х.: ХНУ, 2020 – 98 с.;
36. Вступ до макро- та мікроекономіки : навчальний посібник / Г. І. Скорик, М. Б. Швецова, П. І. Стецюк. Друге видання. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. - 164 с.;
37. Рудий М.М. Мікроекономіка: навч. посіб. К.: Каравела, 2021. - 360 с.;
38. Мікроекономіка: Навч. посібник / Н. М. Каменева, М. В. Косич, О. Ю. Александрова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. – 305 с.;

39. Мартин О.М. Мікроекономіка: теорія, тести, задачі: навчальний посібник. Львів : ЛДУ БЖД, 2021. – 271 с.;
40. Бойда С.В. Мікроекономіка: навчальний посібник. Чернівці: Чернівець. нац. унів-т., 2021. - 176 с.;
41. Макро- та мікроекономіка: навчальний посібник для студентів усіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня / М. С. Бріль, О. М. Кліменко, А. В. Литвиненко та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, доцента М. А. Мащенко. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 214 с.;
42. Полуяктова О. В. Навчальний посібник «Економіка» (курс мікроекономіки). – Одеса.: Південноукраїнський національний педагогічний університет, 2019. – 202 с.;
43. Задоя А.О., Задоя О.А. Мікроекономіка: навчальний посібник [Електронне видання]. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. – 148 с.