

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

Факультет туризму
назва факультету

Кафедра економіки та менеджменту
назва кафедри

ЗАВДАННЯ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ
з методичними рекомендаціями щодо їхнього виконання

з навчальної дисципліни:

МІКРОЕКОНОМІКА

підготовки БАКАЛАВРІВ
галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**
(спеціальність 073 – «Менеджмент»)

Укладач(і):

О.І. Завидівська, к.е.н., доцент, доцент
кафедри економіки та менеджменту

Завдання до семінарських занять з дисципліни «Мікроекономіка» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент».
30 с. (денна форма навчання).

Розробник: Завидівська О.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту

(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Затверджено на засіданні кафедри економіки та менеджменту
Протокол від “29” серпня 2019 року № 1

Завідувач кафедри економіки та менеджменту

_____ (підпис) (Павленчик Н.Ф.) (прізвище та ініціали)

© _____, 20__ рік
© _____, 20__ рік

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №1 (2 год.)

Вступ до мікроекономіки.

Питання для обговорення:

1. Об'єкти, суб'єкти та предмет мікроекономіки.
2. Основні економічні поняття курсу мікроекономіки.
3. Методологія мікроекономічного аналізу.

Додаткові запитання:

1. Що вивчає мікроекономіка ?
2. Що таке обмеженість ресурсів і чому вона примушує людину робити вибір ?
3. Розкрийте сутність предмету мікроекономіки.
4. Поясніть на прикладах принцип альтернативних витрат.
5. Дайте характеристику мікроекономічних моделей.
6. Поясніть принцип раціональної поведінки.

Тематика доповідей:

Історія розвитку мікроекономіки. Внесок українських вчених.

Тематика повідомлень:

1. Зміст та співвідношення термінів «політична економія», «економічна теорія», «мікроекономіка» та «макроекономіка».
2. Види економічних ресурсів та їх обмеженість.

Обговорення питань домашнього завдання:

1. Визначити сутність основних методів мікроекономіки і навести приклади по кожному.
2. Сутність поняття «ринок» в економіці. Функції ринку.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №2 (2 год.)

Попит, пропозиція та їх взаємодія

I. Теоретична частина

1. Що таке попит? Сформулюйте закон попиту і поясніть його.
2. Дайте логічне й графічне пояснення впливу цінових та нецінових факторів на попит і його обсяг.
3. Обґрунтуйте поняття «пропозиція».
4. Поясніть дію закону пропозиції. Які фактори впливають на зміну пропозиції і зміну величини пропозиції?
5. У чому полягає проблема сталості ринкової рівноваги?
6. Еластичність попиту. Фактори й ступені еластичності попиту.
7. Коефіцієнт еластичності попиту за ціною.
8. Еластичність попиту за доходом, її коефіцієнт.
9. Перехресна еластичність попиту, методика її розрахунку і значення.
10. Які фактори впливають на пропозицію та на її величину? Поясніть їх дію логічно й графічно.

11. Еластичність пропозиції: поняття та фактори.
12. Що являє собою ринкова пропозиція? Які способи й методика її визначення?

II. Практична частина **ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ**

I. Чи правильні наступні твердження ?

1. Крива попиту при збільшенні ціни товару зсувається ліворуч.
2. Зсув кривої пропозиції праворуч означає, що виробники пропонують більшу кількість продукту за більшим рівнем цін.
3. Точка одиничної еластичності попиту знаходиться на середині лінії попиту.
4. Крива абсолютно нееластичного попиту є вертикальною.
5. Чим менше замінників має продукт, тим більш еластичним є попит на нього.

II. Оберіть правильну відповідь

1. Закон пропозиції, якщо ціни зростають, а інші умови не змінюються, виявляється:

- A. У зростанні пропозиції.
- B. У зниженні пропозиції.
- B. У зростанні обсягу пропозиції.
- Г. У зниженні обсягу пропозиції.

2. Еластичність попиту за доходом залежить від:

- A. Ціни товару.
- B. Смаків споживача.
- B. Рівня грошового доходу споживача.
- Г. Пропозиції певного товару.

3. Коефіцієнт цінової еластичності попиту показує:

- A. Реакцію покупця на зміну ціни.
- B. Ступінь зміщення кривої попиту внаслідок зміни доходів.
- B. Нахил кривої попиту.
- Г. Реакцію споживача на зміну цін товарів-субститутів.

4. Якщо коефіцієнт перехресної еластичності попиту за ціною вищий за нуль, то товари є:

- A. Субститутами.
- B. Комплементарями.
- B. Незалежними.
- Г. Нормальними.

5. Закон попиту описує:

- A. Лінійну залежність між ціною та обсягом попиту.
- B. Пряму залежність між ціною та обсягом попиту.
- B. Обернену залежність між ціною та обсягом попиту.
- Г. Пряму пропорційну залежність між ціною та обсягом попиту.

6. На ринковий попит не впливають:

- A. Число покупців.
- B. Ціни на ресурси.
- B. Доходи споживачів.
- Г. Ціни товарів-замінників.

7. *Зі зростанням доходів споживачів скорочується попит на:*

- А. Товари першої необхідності.
- Б. Товари нормальної якості.
- В. Товари нижчої якості.
- Г. Предмети розкоші.

8. *Якщо зміна кількості товару, яку бажають і можуть придбати споживачі, викликана неціновим фактором, відбуваються зміни:*

- А. У попиті на товар, що зміщує криву попиту.
- Б. У попиті на товар, але крива попиту не зміститься.
- В. У пропозиції на товар, крива не зміститься.
- Г. У пропозиції на товар, крива зміститься.

9. *На ринку певного товару обсяг попиту перевищує обсяг пропозиції. Це приклад:*

- А. Дії закону спадної віддачі.
- Б. Надлишку благ.
- В. Дефіциту благ.
- Г. Дії закону зростання альтернативних витрат.

10. *Товар вважається нормальним, якщо попит на нього:*

- А. Зростає зі зменшенням ціни товару-замінника.
- Б. Зменшується зі зростанням доходів споживачів.
- В. Зростає зі збільшенням доходів споживачів.
- Г. Скорочується зі зростанням ціни товару-доповнювача, обсязі та множині цін.

III. Встановіть відповідність у вигляді комбінації цифр і букв

1.

- А. Зміна попиту
- Б. Зміна обсягу попиту
- В. Зміна пропозиції
- Г. Зміна обсягу пропозиції

1. Зміна кількості товару, яку виробники спроможні й бажають продати і яка викликана зміною цін на даний товар.

2. Товари, які надходять на ринок.

3. Зміна кількості товару, яку бажають і мають змогу придбати споживачі та яка пов'язана з впливом нецінового фактору.

4. Зміна кількості товару, яку виробники спроможні й бажають продати і яка пов'язана з дією нецінового фактору.

5. Зміна кількості товару, яку споживачі спроможні й бажають придбати та яка зумовлена зміною ціни товару.

2.

- А. Товари-субститути.
- Б. Комплементарні товари.
- В. Нормальні товари.
- Г. Нейтральні товари.

1. Товари, попит на які не залежить від зміни доходу.

2. Товари, для яких зростання ціни одного призводить до падіння попиту на інший.

3. Товари, попит на які збільшується зі зростанням доходу і, навпаки - зменшується зі зниженням доходу.
4. Товари, для яких зростання ціни одного товару призводить до збільшення попиту на інший.
5. Товари, зміна в попиті на один з яких спричиняє зміни в попиті на іншій.
6. Товари, попит на які зменшується зі зростанням доходу.

3.

- А. Ефект Веблена.
- Б. Ефект Гіффена.
- В. Ефект наслідування.
- Г. Ефект очікуваних цін.

1. Зростання попиту внаслідок того, що індивіди схильні враховувати попит інших осіб на певний товар: чим більше товар купують інші, тим вищий попит на нього.
2. Ситуація, коли зменшення ціни призводить до скорочення попиту на товар, а зростання ціни - до його збільшення.
3. Ілюзія порушення дії закону попиту, яка пояснюється тим, що, якщо ціни знизилась і споживач очікує зниження цін у майбутньому, він буде обмежувати поточне споживання, і, навпаки, очікуючи зростання цін у перспективі - збільшуватиме.
4. Зміна обсягу попиту внаслідок зміни доходу споживача.
5. Пряма (а не обернена) залежність між попитом і ціною, намагання придбати ті товари, які у зв'язку з високою ціною недоступні для більшості споживачів і є престижними.

IV. Виберіть літеру, яка відповідає правильному варіанту відповіді

1. А (якщо правильне тільки 1 і 4) Б (якщо правильне тільки 2 і 3) В (якщо правильне тільки 6 і 7) Г (якщо правильне все, крім 5)

Порушити ринкову рівновагу на ринку певного товару може:

1. Встановлення фіксованої ціни товару, яка вища за рівноважну.
2. Введення потоварного податку.
3. Субсидування виробника.
4. Встановлення фіксованої ціни товару, яка нижча за рівноважну.
5. Збіг обсягів попиту і пропозиції.
6. Зниження цін на ресурси.
7. Перевищення обсягом попиту обсягу пропозиції.

2. А (якщо правильне тільки 1) Б(якщо правильне тільки 2 і 4) В(якщо правильне тільки 3) Г(якщо правильні всі, крім 7)

До факторів, що впливають на ступінь еластичності попиту за ціною, належать:

1. Наявність товарів-замінників.
2. Фактор часу.
3. Дохід споживача.
4. Час випуску товару.
5. Вид товару.
6. Питома вага видатків на даний товар у доході споживача.

7. Масштабність фактора виробництва.
8. Ефект приєднання до більшості.
3. А(якщо правильне тільки 1) Б(якщо правильне тільки 2 і 3) В(якщо правильне тільки 3) Г(якщо правильні усі відповіді)

Надання субсидій виробникові:

1. Дозволяє збільшити пропозицію.
2. Переміщує криву попиту праворуч на величину субсидій по вертикалі.
3. Призводить до зниження рівноважної ціни і збільшення рівноважного обсягу продукції.

V. Заповніть пропуски у визначеннях необхідними словами

1. Закон попиту - це корінна _____ попиту, що виявляє _____ залежність між _____ товару та _____ попиту на товар, за інших рівних _____.
2. Комплементарні товари - товари, які зазвичай _____ разом і мають _____ коефіцієнт _____ еластичності попиту.
3. Павутиноподібна модель досягнення ринкової рівноваги - _____, в якій короткострокова _____ пропозиції абсолютно нееластична або абсолютно _____.

Задачі

Задача 1. Порахуйте еластичність попиту салату при умові, що збільшення ціни від 250 до 1000 од. За тонну викликає падіння величини попиту з 10000 до 7500 вдень.

Задача 2. Функція попиту має вигляд: $QD = 300 - 2p$. Визначити коефіцієнт еластичності попиту за ціною в точці А, при $P_A = 75$.

Задача 3. Знайдіть і прокоментуйте коефіцієнт еластичності пропозиції, якщо рівняння пропозиції: $QS = 3p - 4$; $p = 2$

Задача 4. Знайдіть і прокоментуйте коефіцієнт еластичності попиту, якщо запропоновані наступні дані: $P_1 = 4$; $P_2 = 3$ $QD_1 = 20$; $QD_2 = 30$

Задача 5. Функція попиту на комп'ютери нової моделі має вигляд: $QD = 100 - p$, а функція пропозиції: $QS = 2p - 50$.

Визначте:

1. Параметри ринкової рівноваги.
2. Обчисліть еластичність попиту й пропозиції в точці рівноваги.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №3 (2 год.)

Теорія поведінки споживача

I. Теоретична частина

1. Що таке суверенітет споживача? Які йому необхідні умови?
2. Що таке раціональність? У чому полягає гіпотеза про раціональну поведінку споживача?

3. Що таке корисність та які її основні властивості?
4. Які дві теорії корисності Вам відомі?
5. В чому різниця між кардиналізмом та ординалізмом?
6. Пряма, непряма та повна корисність блага?
7. Що таке гранична корисність? Закон спадної граничної корисності: суть та приклади. Крива граничної корисності. Формула розрахунку граничної корисності.
8. Загальна корисність. Крива загальної корисності.
9. Середня корисність: сутність та формула для обчислення.
10. Правило раціональної поведінки споживача (2-й закон Госсена).
11. Правило рівноваги споживача. Споживча рівновага.

II. Практична частина ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

I. Чи вірні наступні твердження ?

1. Гранична корисність - це зміна загальної корисності, яка викликана споживанням додаткової одиниці блага.
2. Приріст загальної корисності зі збільшенням споживання одиниць товару називається граничною корисністю.
3. Корисність товару характеризує його користь.
4. Ютиль реальна одиниця виміру корисності товару.
5. Нульове значення граничної корисності передбачає максимальне значення граничної корисності.
6. Оптимальне правило покупки раціонального споживача полягає в тому, що він купує товар за найвищою ціною.
7. Раціональний споживач буде купувати різні товари за однаковими цінами тільки тоді, коли корисність цих товарів також буде для нього однаковою.
8. Якщо ви купуєте більше якогось блага, то гранична корисність кожної наступної його одиниці зростає.
9. Якщо гранична корисність кожної наступної одиниці блага зменшується, то його сукупна корисність також зменшується.
10. Сукупна корисність від споживання блага зростає в міру збільшення його споживання і досягає максимуму у точці повного насичення потреби.

II. Оберіть правильну відповідь

1. *Загальна корисність зростає тільки в разі, якщо гранична корисність:*
 - A. Зменшується.
 - B. Збільшується.
 - C. Є величиною додатною.
 - G. Збільшується повільними темпами.
2. *Раціональність поведінки споживача означає, що:*
 - A. Споживач прагне мінімізувати видатки на товари.
 - B. Споживач піклується не власним, а суспільним добробутом.
 - C. Споживач прагне максимізувати корисність за наявних обмежень.
 - G. Споживач прагне максимізувати кількість товарів у кошику.
3. *Кардиналістська модель поведінки споживача:*
 - A. Не потребує кількісного визначення величини корисності.

- Б. Не потребує порівняння корисності різних благ.
- В. Не вимагає незалежності корисностей різних благ однієї від іншої.
- Г. Передбачає можливість визначення кількісної величини корисності.

4. Закон спадної граничної корисності стверджує:

- А. Співвідношення граничних корисностей благ до їхніх цін має бути рівне.
- Б. Сукупна корисність зростає зі зростанням споживання благ.
- В. Величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зменшується до досягнення нульового значення в точці повного насичення потреб.
- Г. Зі зростанням доходів споживачів величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зменшується.

5. Яке з положень не характеризує корисності товару:

- А. Корисність товару є різною для різних людей.
- Б. Корисність товару є різною для людини в різний час.
- В. Корисність товару є однаковою для різних людей.
- Г. Корисність товару є різною для однієї людини за різних обставин.

6. Гранична корисність – це :

- А. Сума всіх додаткових корисностей.
- Б. Додаткова корисність кожної наступної одиниці товару.
- В. Загальна корисність у розрахунку на одиницю товару.
- Г. Корисність останньої одиниці товару.

7. Закон зростаючої сукупної (загальної) корисності полягає у тому, що:

- А. Зі зростанням доходів споживачів величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зростає.
- Б. Зі зростанням доходів споживачів величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зменшується.
- В. З нарощуванням споживання будь-якого блага величина задоволення від кожної додаткової його одиниці зменшується.
- Г. З нарощуванням споживання будь-якого блага загальна сума корисності зростає.

8. Ординалістський підхід до аналізу поведінки споживача на відміну від кардиналістського:

- А. Передбачає можливість кількісного визначення величини корисності.
- Б. Не вимагає вимірювання величини корисності.
- В. Не враховує суб'єктивної оцінки споживачем корисності благ.
- Г. Не враховує бюджетних обмежень споживача.

9. Корисність – це:

- А. Задоволення, яке отримує людина від споживання благ;
- Б. Кількість благ, які здатні задовольнити потреби споживача;
- В. Мінімальне задоволення, яке може отримати споживач від споживання певного блага.
- Г. Максимальне задоволення, яке може отримати споживач від споживання певного блага.

10. Гранична корисність товару X дорівнює 10, а його ціна – 5. Ціна товару Y – 10, а ціна товару Z – 5. Якщо споживач хоче досягти максимуму корисності від споживання цих товарів, то чому повинні дорівнювати граничні корисності товарів Y та Z:

- А. $MU_y = 10, MU_z = 20$.
 Б. $MU_y = 20, MU_z = 10$
 В. $MU_y = 5, MU_z = 10$.
 Г. $MU_y = 10, MU_z = 5$.

III. Проблемна ситуація

В економічній теорії відомий так званий «парадокс А. Сміта». Його сутність: вода є кориснішою для людини, ніж алмази. Чому алмази так багато коштують, а вода має дуже малу вартість? Яку б Ви дали відповідь на запитання А. Сміта?

IV. Заповніть пропуски у визначеннях необхідними словами

1. Функція корисності - економіко-математична _____, що відображає зв'язок між певною _____ економічних благ, які споживач прагне _____, і рівнем _____, який споживач очікує отримати від _____ цих благ упродовж певного часу.
2. Сукупна корисність - сумарна _____ від усієї _____ одиниць благ, що входять до _____ набору.

Задачі

Задача 1. У таблиці наведені дані про граничну корисність товару X. Визначити загальну корисність, яку можна отримати від споживання даного набору товарів.

Таблиця 1

Одиниць товарів	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
MU_x (ютілей)	30	25	20	15	12	10	6	3	2	1	0	-2	-4	-6

Яка одиниця товару приносить споживачеві максимум загальної корисності?

Задача 2. Припустімо, що вам необхідно зробити вибір між товарами А та В, гранична корисність яких наведена в таблиці. Скільки одиниць кожного товару ви маєте придбати, щоб максимізувати корисність, якщо дохід становить 9 грош. од., а ціни товарів: $P_a = 2$ грош. од., $P_b = 1$ грош. од. Визначити величину загальної корисності.

Таблиця 2

Одиниць товару А	1	2	3	4	5	6
MU_a (ютілей)	10	8	6	4	3	2
Одиниць товару В	1	2	3	4	5	6
MU_b (ютілей)	8	7	6	5	4	3

Задача 3.

Споживач витрачає 20 грн. вдень на купівлю апельсин і яблук. Гранична корисність яблук для нього дорівнює $MU_{\text{яблук}} = 20 - 3X$, де X – кількість яблук, кг. Гранична корисність апельсин рівна $MU_{\text{апельсин}} = 40 - 5Y$, де Y – кількість апельсин, кг. Ціна яблук складає 2 грн., апельсинів – 5 грн.

Яку кількість яблук і апельсинів купить раціональний споживач?

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №4 (2 год.)

Основи теорії виробництва

I. Питання для обговорення

1. Форми організації підприємств, їх переваги та недоліки.
2. Загальний продукт фірми.
3. Середній продукт фірми.
4. Граничний продукт.
5. Стадії виробництва.

II. Практична частина

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

I. Чи вірні наступні твердження ?

1. Виробнича функція визначає будь-який обсяг випуску для певних комбінацій ресурсів.
2. Усі технологічно ефективні способи виробництва є економічно ефективними.
3. Мікроекономіка розглядає всі витрати як альтернативні.
4. Виробничі фактори фірми включають працю, машини, будинки, сировину, електроенергію й інші товари і послуги, необхідні для виробництва товару.
5. Теорія факторів виробництва виходить з того, що кожен фактор має власну продуктивність і створює відповідну частку продукту, отже, і доходу його власника.
6. Зі зміною цін ресурсів економічно ефективний спосіб виробництва може стати неефективним.
7. Граничний продукт розраховується як співвідношення сукупного продукту до обсягу виробництва.

II. Оберіть правильну відповідь

1. При зростанні обсягів виробництва ізокванта зсувається:

- А. Вгору праворуч.
- Б. Вниз праворуч.
- В. Вгору ліворуч.
- Г. Вниз ліворуч.

3. Ізокванта ілюструє:

- А. Криву загального обсягу продукту.
- Б. Виробничу функцію.
- В. Різні обсяги продукту, які можна виробити при заданих кількостях ресурсів.
- Г. Криву середнього продукту.
- Д. Суму змінних витрат.

4. Мікроекономіка розглядає процес виробництва як:

- А. Процес створення благ, які відповідають потребам споживача.
- Б. Процес перетворення потоку ресурсів у вихідний потік товарів і послуг.
- В. Процес створення вартості.
- Г. Процес створення нової вартості.

5. Виробнича функція показує:

- А. Витрати, які забезпечують той чи інший обсяг випуску.
- Б. Найбільш вигідний для фірми обсяг випуску при даних цінах ресурсів.

В. Максимальну кількість продукту, яку можна одержати, використовуючи різні комбінації заданих ресурсів.

Г. Мінімальну кількість продукції, яку можна одержати, використовуючи певну кількість ресурсів.

6. Технологічна ефективність - це:

А. Найкращий засіб зниження виробничих витрат.

Б. Використання ефективної технології.

В. Поєднання мінімального обсягу виробничих ресурсів для виробництва заданого обсягу продукції.

Г. Здатність технології використовувати наявні ресурси.

7. Яке з наступних тверджень правильне:

А. Середній продукт продовжує зростати до того часу, поки збільшується граничний продукт.

Б. Середній продукт досягає максимального рівня до того часу, поки загальний продукт стає максимальним.

В. Загальний продукт досягає максимального рівня до того, коли граничний продукт дорівнює нулю.

Г. Граничний продукт дорівнює середньому продукту при максимальному рівні середнього продукту.

Д. Загальний продукт знижується, якщо граничний продукт нижче за нуль.

8. Метою виробника є:

А. Максимізація задоволення сукупних потреб у товарах і послугах.

Б. Максимізація економічного прибутку.

В. Максимізація мінімального прибутку.

Г. Максимізація бухгалтерського прибутку.

9. Підприємства, які оперативніше реагують на зміни кон'юнктури ринку і є більш пристосованими до зміни умов на ринку, називають:

А. Середніми.

Б. Малими.

В. Великими.

Г. Правильної відповіді немає.

10. Підприємство - це:

А. Діяльність громадян, спрямована на задоволення власних потреб.

Б. Самостійний суб'єкт, створений для виробництва товарів та надання послуг з метою усунення дефіциту на ринку.

В. Діяльність, об'єднання громадян, спрямована на максимізацію суспільної корисності.

Г. Самостійний суб'єкт, створений для виробництва товарів та надання послуг з метою отримання прибутку та задоволення потреб споживачів.

11. Взаємозв'язок між усіма можливими варіантами сполучень факторів виробництва і обсягів продукції, що випускається, виражається за допомогою:

А. Кривої виробничих можливостей

Б. Кривої загального обсягу випуску продукту;

В. Виробничої функції;

Г. Еластичності пропозиції;

Д. Кривої загальних витрат.

12. Виробнича функція може бути описана:

- А. Рівняннями: $Q = f(L)$ або $Q=f(L, K)$;
- Б. Кривою сукупного продукту змінного фактору;
- В. ізоквантою;
- Г. всі відповіді правильні.

13. Будь-яка точка, що знаходиться на ізокванті, означає:

- А. Кількість виробленого продукту;
- Б. обсяг продукту в грошовому виразі;
- В. комбінацію фізичних обсягів ресурсів, що забезпечує певний рівень виробництва;
- Г. суму витрат;
- Д. Суму змінних витрат.

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

- А. ізокости та найнижчої з можливих ізоквант;
- Б. ізокости та найвижчої з можливих ізоквант;
- В. ізоквати та найнижчої з можливих ізокост;
- Г. ізокванти та найвижчої з можливих ізокост.

III. Встановіть відповідність у вигляді комбінації цифр і букв

1.

- А. Незмінний ефект масштабу виробництва.
 - Б. Віддача від масштабу.
 - В. Від'ємний ефект масштабу виробництва.
 - Г. Додатний ефект масштабу
1. Зміна обсягу виробництва продукції при пропорційній зміні обсягів ресурсів.
 2. Віддача, що спостерігається у випадку, якщо при пропорційному збільшенні обсягу ресурсів у n - разів обсяг випуску збільшується менше, ніж у n - разів.
 3. Ситуація, за якої обсяг виробництва фірми зростає скоріше, ніж використані ресурси.
 4. Ситуація, за якої зростання обсягу виробництва у фірми не відповідає збільшенню витрат ресурсів.
 5. Залежність між кількістю використаних ресурсів і максимальноможливим випуском продукції.

2.

- А. Ізокванта.
 - Б. Ізокоста.
 - В. Ізокліналь.
 - Г. Карта ізоквант.
1. Лінія, що графічно відображає безліч усіх комбінацій ресурсів, які могли би бути придбані фірмою за фіксовану суму грошових видатків.
 2. Лінія зростання, для якої гранична норма технологічного заміщення за будь-якого обсягу випуску, постійна.
 3. Лінія однакового випуску, кожна точка якої відображає множину мінімально необхідної комбінації ресурсів для виробництва певного обсягу продукції.
 4. Набір ізоквант, кожна з яких відображає максимально можливий обсяг випуску при різних комбінаціях ресурсів; є альтернативним способом описання виробничої функції.

5. Лінія, що з'єднує бажання та можливості виробника.

IV. Виберіть літеру, яка відповідає правильному варіанту відповіді

1. А Б В Г

А (якщо правильне тільки 1); Б (якщо правильне тільки 1 і 2); В (якщо правильне тільки 2 і 3); Г (якщо правильні всі варіанти)

Виробнича функція відображає:

1. Функціональну залежність між технологією виробництва та обсягом випуску.
2. Множину технологічно ефективних способів виробництва.
3. Величину максимального випуску для кожної специфічної комбінації ресурсів.

V. Заповніть пропуски у визначеннях необхідними словами

1. Виробнича функція - це залежність максимального _____ виробництва від _____ факторів _____ .

Задачі

Задача 1. Фірма платить 200 тис. грн. вдень за оренду обладнання та 100 тис. грн. заробітної плати. При цьому вона використовує таку кількість праці і капіталу, що їхні граничні продукти відповідно дорівнюють 1 і 0,5.

Чи використовує фірма оптимальне поєднання чинників виробництва з погляду максимізації прибутку?

Задача 2. Підрахуйте середній і граничний продукт фірми, якщо відомі наступні дані:

L, люд.-год.	TP, одиниць
1	30
2	70
3	100
4	120
5	130

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №5 (2 год.)

Витрати виробництва

I. Теоретична частина

1. Що являють собою прямі й непрямі витрати?
2. Альтернативні витрати, їх структура.
3. Економічні та бухгалтерські витрати.
4. Графічно проаналізуйте загальних, постійних, змінних та граничні витрати.
5. Охарактеризуйте функцію витрат.
6. Поясніть рівновагу виробника, її умови.
7. Проаналізуйте витрати виробництва протягом довгострокового періоду.
8. У чому полягає залежність і зв'язок між динамікою короткострокових та довгострокових витрат виробництва?

II. Практична частина ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

I. Чи правильні наступні твердження ?

1. Крива середніх постійних витрат має U - подібну форму.
А. Так Б. Ні
2. Чим більший обсяг виробництва на фірмі, тим менші постійні витрати.
А. Так Б. Ні
3. Неявні витрати завжди дорівнюють нормальному прибутку.
А. Так Б. Ні
4. Економічні витрати включають зовнішні та внутрішні витрати.
А. Так Б. Ні
5. Мікроекономіка розглядає всі витрати виробництва як альтернативні.
А. Так Б. Ні

II. Оберіть правильну відповідь:

1. *Постійні витрати фірми - це :*
 - А. Видатки на ресурси за цінами, які діяли на момент їх придбання.
 - Б. Мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції за найбільш сприятливих умов виробництва.
 - В. Витрати, які має фірма навіть у тому випадку, коли не виготовляє продукції
 - Г. Неявні витрати.
 - Д. Жодна з відповідей не є вірною.
2. *Теорії виробництва та споживання є:*
 - А. Доповнюючими одна одну.
 - Б. Замінюючими одна одну.
 - В. Симетричними відносно одна одної.
 - Г. Вивчаючими один об'єкт з різних сторін.
3. *Оптимальним для фірми є залучення до виробництва такої кількості змінного фактора, за якої досягається:*
 - А. Найвища продуктивність праці.
 - Б. Найвища його гранична продуктивність.
 - В. Максимальний обсяг випуску продукції.
 - Г. Усі відповіді правильні.
4. *Протягом довгострокового періоду і для фірми:*
 - А. Усі ресурси є змінними.
 - Б. Постійні витрати зростають швидше, ніж змінні.
 - В. Усі ресурси є сталими.
 - Г. Змінні витрати зростають швидше, ніж постійні.
5. *Чинником зростання постійних витрат є:*
 - А. Підвищення заробітної плати.
 - Б. Підвищення цін на сировину.
 - В. Підвищення залізничних тарифів.
 - Г. Підвищення заробітної плати адміністративному персоналу.
6. *Постійними витратами для фірми є фактори виробництва:*
 - А. Що не впливають на попит на певний товар.
 - Б. Фіксовані для різного обсягу випуску продукції.
 - В. З постійною ціною.

Г. Які вимірюються розмірами фірми.

7. *Економічні витрати - це:*

А. Сукупні витрати фірми, пов'язані з виробництвом продукції.

Б. Фактична сума оплачених ресурсів.

В. Витрати, що дорівнюють сумі доходів, яку повинні отримати всі власники ресурсів при найбільш вигідному з можливих способів їх використання.

Г. Альтернативні витрати використання ресурсів, що належать власникам фірм.

8. *Змінні ресурси виробництва - це ресурси:*

А. Які можна досить швидко змінити за умови зміни обсягу випуску продукції.

Б. Які не можна досить швидко змінити за умови зміни обсягу випуску продукції.

В. Ціна яких нестабільна.

Г. Ціну яких не можна контролювати.

9. *Якщо граничні витрати фірми є мінімальними, це означає, що:*

А. Середній продукт змінного фактора є максимальним.

Б. Сукупний продукт змінного фактора є максимальним.

В. Граничний продукт змінного фактора є максимальним.

Г. Середній продукт перевищує граничний продукт.

10. *Протягом довгострокового періоду:*

А. Усі ресурси фіксовані.

Б. Обсяги принаймні одного з ресурсів неможливо змінити.

В. Усі ресурси є змінними.

Г. Кількість усіх ресурсів неможливо змінити.

III. Встановіть відповідність у вигляді комбінації цифр і букв

1.

А. Зовнішні витрати

Б. Змінні витрати.

В. Внутрішні витрати.

Г. Трансакційні витрати.

1. Витрати у сфері обміну, пов'язані з передачею прав власності.

2. Витрати, що змінюються зі зміною обсягу виробництва продукції.

3. Витрати на ресурси для виробництва певного обсягу продукції, які купують на ринку ресурсів.

4. Зміна загальних витрат зі збільшенням обсягу виробництва продукції на одиницю.

5. Витрати на ресурси для виробництва певного обсягу продукції, які є власністю підприємця, а також вартість альтернативного використання ресурсів.

2.

А. Бухгалтерські витрати.

Б. Економічні витрати.

В. Загальні витрати.

Г. Граничні витрати.

1. Додаткові витрати, пов'язані з виробництвом додаткової одиниці продукції.

2. Грошова оцінка видатків усіх ресурсів, які потрібні для виробництва певної кількості продукту.

3. Фактичні грошові видатки на придбання необхідних ресурсів.
4. Витрати, до яких відносять як явні, так і неявні витрати.
5. Витрати, пов'язані з прямими видатками грошових коштів.

3.

- А. Невиробничі витрати.
- Б. Неявні витрати.
- В. Необоротні витрати.
- Г. Витрати втрачених можливостей.

1. Сума грошей, яку можна отримати при найвигіднішому з усіх можливих альтернативних способів використання наявних ресурсів.

2. Одноразові витрати фірми, що не повертаються ні за яких обставин.

3. Витрати, що безпосередньо не пов'язані з виробництвом і які використовують для розв'язання поточних задач.

4. Безповоротні постійні витрати, які не можна повернути, скоротити, лише тільки зупинити за умови припинення виробництва.

5. Витрати, пов'язані з використанням факторів виробництва, що знаходяться у власності самої фірми, а також з деякими її перевага; витрати, що дорівнюють вигоді, яка може бути отримана при альтернативному використанні власних ресурсів.

4.

- А. Граничний дохід.
- Б. Середній дохід.
- В. Загальний дохід.
- Г. Дохід.

1. Сума грошей, отримана від продажу продукції.

2. Збільшення загальної виручки, зумовлене реалізацією додаткової одиниці продукції.

3. Виторг від продажу усього обсягу виробленої продукції.

4. Дохід, що отримує фірма від продажу однієї одиниці продукції.

5. Дохід, що визначається як результат співвідношення загального доходу і обсягу випуску.

IV. Виберіть літеру, яка відповідає правильному варіанту відповіді

1.

А (якщо правильне тільки 1, 2 і 3) Б (якщо правильне тільки 1 і 2) В (якщо правильне тільки 1 і 3) Г (якщо правильні всі варіанти)

Протягом довгострокового періоду:

1. Не існує поділу витрат на постійні та змінні.

2. Усі витрати є сталими.

3. Усі витрати є змінними.

2.

А (якщо правильне тільки 1, 2, 3, і 4) Б (якщо правильне тільки 6 і 7) В (якщо правильне тільки 1 і 8) Г (якщо правильні всі, крім 5)

Які види витрат враховує фірма, визначаючи економічний прибуток?

1. Явні витрати.

2. Середні витрати.

3. Загальні витрати.

4. Граничні витрати.
5. Альтернативні витрати.
6. Постійні витрати.
7. Змінні витрати.
8. Неявні витрати.

3.

А (якщо правильне тільки 1 і 2) Б (якщо правильне тільки 2) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильні всі варіанти)

Протягом короткострокового періоду:

1. Виробничі потужності залишаються незмінними.
2. Виробники можуть збільшити обсяг випуску тільки за рахунок більш інтенсивного використання наявних виробничих потужностей.
3. Обсяги принаймні одного з ресурсів неможливо змінити.

4.

А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 1 і 3) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо неправильні усі відповіді)

Якщо фірма розпочала застосовувати метод прискореної амортизації, то:

1. Загальні витрати не зміняться.
2. Збільшаться тільки середні змінні витрати.
3. Граничні витрати залишаться незмінними.

5.

А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 1 і 3) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильні усі відповіді)

Гранична норма технологічного заміщення:

1. Визначає пропорції заміни факторів виробництва у категоріях їх продуктивності відносно ізокванти.
2. Визначає пропорції заміни факторів виробництва у категоріях цін відносно ізокости.
3. У точці дотику ізокванти до ізокости визначає умову рівноваги фірми.

V. Заповніть пропуски у визначеннях необхідними словами та формулами

1. Запишіть формули, за якими визначаються загальні середні витрати

_____.

2. Запишіть формулу виробничої функції двох аргументів (чинників) - праці та капіталу _____.

3. Запишіть формулу, за якою визначається граничний дохід _____.

4. Закон спадної віддачі стверджує, що, починаючи з певного моменту, послідовне приєднання одиниць _____ ресурсу до _____ дає _____ додатковий (граничний) продукт з розрахунку на кожну наступну одиницю _____ ресурсу.

5. Гранична виручка - це збільшення _____ виручки, зумовлене реалізацією _____ одиниці продукції.

ЗАДАЧІ

Задача 1. Визначити, до якої категорії витрат, постійних чи змінних, можна віднести перелічені нижче витрати. Визначити суму витрат за категоріями.

- амортизаційні витрати - 44 тис. грошових одиниць (грош. од.);
- витрати на сировину та матеріали - 330 тис. грош. од.;
- витрати на заробітну платню працівників - 180 тис. грош. од.;
- витрати на обладнання - 410 тис. грош. од.;
- транспортні витрати - 28 тис. грош. од.;
- заробітна платня адміністративного персоналу - 150 тис. грош. од.;
- орендна платня - 12 тис. грош. од.;
- витрати на рекламу - 15 тис. грош. од.

Задача 2. Фірма має постійні витрати - 50 грош. од. Дані про змінні витрати протягом короткострокового періоду наведені в таблиці. Визначити загальні, середні й граничні витрати.

Обсяг виробництва	0	1	2	3	4	5	6
Змінні витрати	0	40	70	95	130	185	275

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №6 (2 год.)

Моделі ринку

I. Теоретична частина

1. Покажіть основні ознаки ринку досконалої конкуренції?
2. Умови діяльності фірми в короткостроковому періоді.
3. При яких умовах досягається максимізація прибутку конкурентної фірми?
4. У чому полягає мінімізація витрат фірми?
5. Коли фірма приймає рішення припинити виробничу діяльність?
6. Чому монополіст не може призначити будь яку ціну та виробити ту кількість товару, яку запланує?
7. Які методи ціноутворення можна розглядати як найбільш «ефективні» з точки зору монополіста.
8. У чому виявляється антимонопольна політика держави?
9. У чому полягає суть цінової дискримінації?
10. У чому полягає монопольна влада?
11. Назвіть загальні риси олігополістичних ринків.
12. У чому полягає олігополістична взаємозалежність?
13. В якому випадку на олігополістичному ринку можлива «цінова війна»?
14. У чому суть картелю?
15. Причини нестабільності таємної змови.
16. Суть моделі ламаної кривої попиту
17. Проаналізуйте короткострокову рівновагу фірми в умовах монополістичної конкуренції.
18. Покажіть особливості цінової конкуренції.
19. Особливості ринкової стратегії фірми в умовах монополістичної конкуренції.

II. Практична частина

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

I. Чи правильні наступні твердження ?

1. Характерною ознакою ринку досконалої конкуренції є наявність на ринку різноманітної за якістю продукції.
2. Конкурентна фірма тимчасово припинить виробництво, якщо її сукупний виторг менший за змінні витрати.
3. Конкурентна фірма виробляє оптимальний обсяг продукції, якщо її граничні витрати дорівнюють ринковій ціні товару.
4. Точками критичного обсягу випуску фірми є точки безбитковості та точка закриття.
5. Метою фірми є максимізація економічного прибутку на одиницю продукції за певний період.
6. Функціонування конкурентного ринку приносить продавцям вигоду, яка вимірюється виробничим надлишком.
7. В умовах досконалої конкуренції попит на продукцію галузі так само абсолютно еластичний, як і на продукцію окремої конкурентної фірми.
8. Фірма за досконалої конкуренції тимчасово припинить виробництво, якщо її сукупний дохід менший за сукупні витрати.
9. Для окремої конкурентної фірми середній дохід дорівнює ціні.
10. Фірма за досконалої конкуренції завжди отримує економічний прибуток.
11. Монополія завжди обирає обсяг випуску в межах еластичного відрізка кривої попиту.
12. Монопольна влада залежить від еластичності попиту.
13. Монополіст буде збільшувати обсяг випуску і знижувати ціну, якщо $MR > MC$.
14. Протягом довгострокового періоду монополіст вибирає обсяг, який мінімізує довгострокові середні витрати.
15. Монопольна фірма встановлює ціну, вищу за граничні витрати на величину, прямо пропорційну еластичності попиту.
16. Картель є формою монополістичного об'єднання.
17. За умов чистої монополії ціна перевищує граничний дохід.
18. Монополіст не враховує фактор еластичності попиту.
19. Монополія передбачає ринкову взаємодію єдиного продавця і єдиного покупця
20. Монопольна фірма використовує 3 основні види цінової дискримінації.

II. Оберіть правильну відповідь:

1. За яких значень H-індексу ринок оцінюється як неконцентрований і об'єднання дозволяться?

A. $H_n < 1000$.

B. $1000 < H_n < 1800$.

B. $H_n > 1800$.

Г. $H_n < 500$.

Д. $H_n > 2000$.

2. Максимальне значення, якого може набути індекс Херфіндаля-Хіршмана, відповідає наявності:

A. Досконалої конкуренції.

- Б. Олігополії.
- В. Монополії.
- Г. Монополістичної конкуренції.
- Д. Дуополії.
- Е. Монополії.

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

- А. Протягом короткострокового періоду.
- Б. Завжди.
- В. Протягом довгострокового періоду.
- Г. Ніколи.

4. Досконало конкурентна фірма - це:

- А. Фірма, що використовує методи тільки легальної конкуренції.
- Б. Фірма, що не впливає на формування ринкової ціни.
- В. Фірма, що використовує будь-які форми конкурентної боротьби.
- Г. Фірма, якій вдається встановити бажану ціну в конкурентній боротьбі.

5. Правило $MR=MC$ спрацьовує:

- А. Протягом короткострокового, але не упродовж довгострокового періоду.
- Б. Протягом довгострокового, але не протягом короткострокового періоду.
- В. Протягом короткострокового і довгострокового періодів.
- Г. Тільки в умовах досконалої конкуренції.

6. Якщо за певного обсягу виробництва граничні витрати перевищують ціну товару, підприємство в умовах досконалої конкуренції має:

- А. Максимізувати прибуток.
- Б. Мінімізувати збитки.
- В. Закрити виробництво.
- Г. Максимізувати прибуток, але перерозподілити ресурси для виробництва товару.

7. Підприємство в умовах досконалої конкуренції:

- А. Має нульовий економічний прибуток протягом короткострокового періоду.
- Б. Не отримує економічний прибуток упродовж довгострокового періоду.
- В. Протягом довгострокового періоду може мати як економічний прибуток, так і зазнавати збитків.
- Г. Не може отримувати економічний прибуток протягом короткострокового періоду.

8. Кривою пропозиції досконало конкурентної фірми протягом короткострокового періоду є:

- А. Частина кривої середніх змінних витрат, що лежить над кривою граничних витрат.
- Б. Крива граничних витрат, що лежить вище мінімуму кривої середніх змінних витрат.
- В. Частина кривої граничних витрат, що лежить вище мінімуму кривої середніх сукупних витрат.
- Г. Крива граничних витрат.

9. Попит на продукцію конкурентної фірми є:

- А. Абсолютно еластичним.
- Б. Абсолютно нееластичним.

В. Еластичним.

Г. Нееластичним.

10. Граничний виторг конкурентної фірми зі збільшенням обсягу продажу.

А. Зростає.

Б. Зменшується.

В. Не змінюється.

Г. Зменшується швидкими темпами.

11. Конкурентна фірма, для якої $P = \min ATC$:

А. Зазнає збитків, оскільки функціонує у точці закриття.

Б. Отримує нормальний прибуток, оскільки ціна перевищує середні змінні витрати.

В. Отримує нормальний прибуток, оскільки ціна покриває середні загальні витрати.

Г. Зазнає збитків, оскільки ціна не покриває середні постійні витрати.

12. Поняття «досконало конкурентна фірма» передбачає, що фірма:

А. Не здатна конкурувати з іншими фірмами.

Б. Домінує на ринку.

В. Конкурує з іншими фірмами легально.

Г. Не впливає на значення ринкової ціни.

13. Лінія попиту на продукцію конкурентної фірми має вигляд:

А. Прямої з від'ємним нахилом.

Б. Прямої, що паралельна до осі ординат.

В. Прямої, що збігається з лінією ціни.

Г. Прямої з додатним нахилом.

14. У конкурентної фірми у стані рівноваги:

А. $MC = MR = P$.

Б. $AR = MR > P$.

В. $P = AC - MC$.

Г. $MR = P - AR$.

15. Умовою прибутковості конкурентної фірми за моделлю $TR-TC$ є:

А. $TR = TC$.

Б. $TR > TC$.

В. $\Pi = 0$.

Г. $ATC = P$.

16. Крива попиту на продукцію фірми за досконалої конкуренції:

А. Є прямою горизонтальною лінією.

Б. Співпадає з кривою середніх загальних витрат.

В. Співпадає з кривою середніх постійних витрат.

Г. Крива з від'ємним нахилом.

17. Умовою беззбитковості конкурентної фірми за моделлю $MRMC$ є: А. $MR = MC$.

Б. $MR > MC$.

В. $\Pi = 0$.

Г. $P = \min ATC$.

18. У будь-якій конкурентній галузі ціна рівноваги довгострокового періоду встановлюється на рівні:

А. Мінімуму загальних середніх витрат.

Б. Мінімуму граничних витрат.

В. Мінімуму середніх змінних витрат.

Г. Мінімуму середніх постійних витрат.

19. Конкурентна фірма протягом короткострокового періоду припинить виробництво за умови, що:

А. Її нормальний прибуток нижчий за середньогалузевий.

Б. Ціна продукції нижча за мінімальні середні змінні витрати.

В. Її загальний дохід не покриває загальні витрати.

Г. Ціна продукції вища за мінімальні середні змінні витрати.

20. Умовою мінімізації збитків шляхом закриття конкурентної фірми за моделлю $MR-MC$ є:

А. $MC = MR = P$.

Б. $AR = MR > P$.

В. $P \leq \min AVC$.

Г. $MR = P - AR$.

21. Наявність економічного прибутку в конкурентній галузі не сприяє:

А. Розширенню виробництва на існуючих підприємствах.

Б. Входженню до галузі нових фірм.

В. Підвищенню ринкової ціни продукції.

Г. Підвищенню цін на виробничі ресурси.

22. Конкурентна фірма зупиняє виробництво, якщо:

А. Прибуток дорівнює нулю.

Б. Не може покрити постійні витрати.

В. Інші фірми залишають галузь.

Г. Прибуток має від'ємне значення, а дохід не покриває змінних витрат.

23. Умовою беззбитковості конкурентної фірми за моделлю $TR-TC$ є:

А. $TC = TR = P$.

Б. $TC = TR$, якщо $\Pi = 0$.

В. $P \leq \min AVC$.

Г. $TR = P$.

24. Для фірми, що працює на ринку досконалої конкуренції, крива середнього доходу:

А. Розташована нижче, ніж крива попиту на продукт фірми.

Б. Розташована нижче, ніж крива граничного доходу.

В. Співпадає з кривою ринкового попиту.

Г. Співпадає з кривою попиту на продукт фірми.

25. За умов чистої монополії:

А. Крива попиту на продукцію фірми співпадає з кривою граничного продукту.

Б. Граничний дохід дорівнює ціні за всіх обсягів випуску.

В. Крива сукупного доходу є нелінійною, опуклою зверху.

Г. Крива попиту на продукцію фірми є горизонтальною прямою.

26. Чиста монополія існує тоді, коли на галузевому ринку:

А. Існує один продавець, який встановлює винятково високу ціну.

Б. Існує один продавець продукту, що не має замінників.

В. Функціонує одна фірма, пропозиція якої є абсолютно нееластичною.

Г. Функціонує одна фірма, яка застосовує найбільш ефективну технологію.

27. Монополіст відрізняється від конкурентної фірми тим, що він:

А. Обирає такий обсяг випуску, при якому граничний дохід дорівнює ціні.
Б. Може вибирати будь-який обсяг випуску та продавати його за будь-якою ціною.

В. Вибирає найбільший обсяг випуску і встановлює найвищу ціну.

Г. При певній кривій попиту самостійно обирає таке співвідношення обсягу випуску та ціни, що максимізує прибуток.

28. Цінова дискримінація - це:

А. Продаж однієї продукції за різними цінами різним покупцям.

Б. Підвищення цін на товари вищої якості.

В. Відмінності в оплаті праці осіб з різною освітою.

Г. Наявність товарів-субститутів.

29. Монополіст, який максимізує прибуток, буде знижувати ціну на свою продукцію, якщо:

А. Знижуються середні витрати.

Б. Зростають витрати на рекламу.

В. Граничний дохід перевищує граничні витрати.

Г. Збільшується попит на його продукцію.

30. Монополіст ніколи не вибиратиме обсяг випуску, для якого цінова еластичність попиту менша за одиницю, оскільки у цьому випадку:

А. Ціна вища за граничні витрати.

Б. Граничний дохід більше за нуль.

В. Граничні витрати більші за граничний дохід.

Г. Ціна нижча за загальні середні витрати.

31. Моносоніст на відміну від конкурентного покупця:

А. Купує товару більше і за нижчою ціною.

Б. Купує товару більше і за вищою ціною.

В. Купує товару менше і за нижчою ціною.

Г. Купує будь-який обсяг продукції і за будь-якою ціною.

32. Абсолютна цінова дискримінація передбачає:

А. Зниження цін до рівня конкурентної.

Б. Зменшення обсягу продажу продукції.

В. Зниження рівня витрат фірми.

Г. Встановлення резервної ціни для кожного покупця.

33. До утворення монополій не призводить:

А. Дія ефекту масштабу.

Б. Наявність у фірми патентів, ліцензій, авторських прав.

В. Контроль над стратегічними ресурсами, необхідними для виробництва.

Г. Виробництво та збут товару, який має багато близьких субститутів.

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

А. Граничний дохід дорівнює ціні.

Б. Граничний дохід більший за ціну.

В. Граничний дохід менший за ціну.

Г. Граничні витрати дорівнюють ціні.

35. Фірма - монополіст:

А. Ніколи не зазнає збитків, оскільки має монопольну владу і може проводити цінову дискримінацію.

Б. Може виробляти будь-який обсяг продукції і продавати її покупцям за

будь-якою ціною.

В. З урахуванням кривої ринкового попиту визначає комбінацію обсягу випуску та ціни, що забезпечує максимізацію прибутку.

Г. Встановлює найвищу ціну з можливих на свою продукцію.

III. Встановіть відповідність у вигляді комбінації цифр і букв

1.

А. Умова прибутковості конкурентної фірми за моделлю MR-МС.

Б. Умова прибутковості конкурентної фірми за моделлю TR-ТС.

В. Умова беззбитковості конкурентної фірми за моделлю TR-ТС.

Г. Умова беззбитковості конкурентної фірми за моделлю MR-МС

1. $MR = MC$.

2. $TR > TC$.

3. $TR = TC$, якщо $\Pi = 0$.

5. $P > ATC$.

6. $P = \min ATC$.

2.

А. Умови мінімізації збитків шляхом виробництва за моделлю TR-ТС.

Б. Умови мінімізації збитків шляхом виробництва за моделлю MR-МС.

В. Умови мінімізації збитків шляхом тимчасового припинення виробництва за моделлю MR-МС.

Г. Умови мінімізації збитків шляхом закриття за моделлю TR-ТС.

1. $TC > TR > VC$.

2. $TR < VC$.

3. $ATC > P \geq AVC$.

4. $P \leq \min AVC$.

5. $MC = MR = P$.

3.

А. Досконала цінова дискримінація.

Б. Цінова дискримінація другого ступеня.

В. Цінова дискримінація на сегментованому ринку.

Г. Надлишок споживача.

1. Цінова дискримінація, яку запроваджують тоді, коли можна визначити кілька окремих груп покупців з різною еластичністю попиту.

2. Цінова дискримінація, яка передбачає встановлення вищих цін у періоди підвищеного попиту.

3. Цінова дискримінація першого ступеня, за якою кожна одиниця товару продається за ціною, яку кожен споживач згоден сплатити за цю одиницю, тобто за ціною попиту, при цьому для монополіста співпадають ціна і граничний дохід та криві попиту і граничного доходу.

4. Різниця між ціною, за якою споживач згоден купити товар, і тією ціною, яку він сплачує.

5. Цінова дискримінація, що передбачає блокове призначення цін, залежно від обсягів продажу.

4.

А. Галузь із постійними витратами.

Б. Галузь із спадними витратами.

В. Галузь із зростаючими витратами.

Г. Ефект від масштабу.

1. Галузь, в якій розширення виробництва викликає зростання цін на спожиті ресурси.

2. Супроводжується зниженням середніх витрат у випадку зростання випуску.

3. Скорочення витрат, досягнуте однією фірмою при декількох видах виробництва.

4. Галузь, в якій розширення виробництва не впливає на ціни спожитих ресурсів.

5. Галузь, в якій розширення виробництва викликає зниження цін на спожиті ресурси.

IV. Виберіть літеру, яка відповідає правильному варіанту відповіді

1. А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 2 і 3) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильні усі відповіді)

Конкурентній фірмі протягом короткострокового періоду слід виробляти продукцію:

1. Якщо вона отримує економічний прибуток.

2. Якщо вона отримує тільки нормальний прибуток.

3. Якщо вона зазнає збитків, які не перевищують суми її постійних витрат.

2. А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 2 і 3) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильне тільки 1 і 4)

Якщо граничний дохід фірми за всіх обсягів випуску дорівнює ринковій ціні, то:

1. Фірма максимізує прибуток.

2. Пропозиція фірми є абсолютно еластичною.

В. Фірма працює в умовах досконалої конкуренції.

Г. Фірма працює в умовах чистої монополії.

3. А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 2) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильні усі відповіді)

Крива попиту на продукцію конкурентної фірми:

1. Пряма горизонтальна лінія на рівні ринкової ціни.

2. Співпадає з кривою граничного доходу.

3. Співпадає з кривою середнього доходу.

4. А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 2) В (якщо правильне тільки 3) Г (якщо правильні усі відповіді)

Конкурентна фірма досягає точки беззбитковості, якщо:

1. Ціна дорівнює мінімуму її середніх загальних витрат.

2. Загальні витрати більші за загальний дохід.

3. Граничний дохід дорівнює граничним витратам.

5. А (якщо правильне тільки 1) Б (якщо правильне тільки 2) В (якщо правильне тільки 1 і 3) Г (якщо правильні усі відповіді)

Короткострокова крива ринкової пропозиції конкурентної галузі:

1. Визначає обсяг виробництва галузі.

2. Будується за умови незмінного числа фірм галузі.

3. Утворюється шляхом додавання обсягів пропозиції всіх фірм за кожної можливої ціни.

6. А (якщо правильно тільки 1) Б (якщо правильно тільки 2) В (якщо правильно тільки 2 і 3) Г (якщо правильні всі відповіді)

Якщо на ринку взаємодіють єдиний покупець і багато продавців, - це:

1. Монопсонія.
2. Чиста монополія
3. Поліполія.

7. А (якщо правильно тільки 1) Б (якщо правильно тільки 2) В (якщо правильно тільки 3) Г (якщо правильні всі відповіді)

Джерелом монопольної влади може бути:

1. Зростаючий ефект масштабу.
2. Місткість ринку.
3. Наявність патентів і ліцензій.

V. Заповніть пропуски у визначеннях необхідними словами та формулами

1. Ринкова структура, до якої входять невеликі фірми, що випускають різноманітну продукцію, вхід і вихід з ринку обмежені лише диференціацією продукту має назву _____.

2. Запишіть умови довгострокової рівноваги для чисто конкурентного ринку _____.

3. Визначте й запишіть загальне правило вибору оптимального обсягу виробництва _____.

4. Індекс Херфіндаля - Хіршмана (Н-індекс) - індекс ринкової _____, що обчислюється як сума _____ часток ринку (у відсотках) усіх фірм, що _____ продукцію на даному ринку.

5. Монопольна ціна _____ до обмеження _____ і _____ прав споживача.

6. Природна монополія - тип _____ структури, за якого _____ витрати досягаються під час _____ товару або _____ послуг лише однією фірмою.

7. Дуопсонія - _____ структура, за якої на ринку існують багато _____ і тільки два незалежних _____ однотипової _____.

8. Теорія ігор - _____, що досліджує _____ в можливих ситуаціях, пов'язаних з _____ рішень та розробленням _____ конкурентної поведінки на основі _____ методів.

9. Квазіконкурентна поведінка - поведінка _____, які дотримуються принципу _____ ціни та _____ витрат, але діють на ринку _____ обсягів продажу та малої кількості _____.

10. Індекс Ротшильда - співвідношення тангенсів _____ нахилу _____ ринкового попиту даного продуктового класу та кривої _____ попиту фірми, що випускає _____ певного класу.

11. Рівновага на ринку монополістичної конкуренції протягом короткострокового періоду - _____, за якого одні фірми мають _____ прибуток, другі - _____, а треті - _____.

12. Штучна диференціація передбачає _____ в упаковці, _____ марці, її іміджі в уявленні _____, що забезпечують рекламою.

13. Ринкова структура, до якої входять невеликі фірми, що випускають різноманітну продукцію, вхід і вихід з ринку обмежені лише диференціацією

продукту

має

назву

14. Еластичність попиту за витратами на рекламу показує на скільки _____ зміниться _____ попиту зі збільшенням витрат на _____ на _____ відсоток.

ЗАДАЧІ

Задача 1.

Припустімо, що фірма функціонує на ринку досконалої конкуренції. Наступна інформація відображає положення фірми: граничні витрати = $100 + 10Q$. Скільки товару і за якою ціною буде вироблено, якщо $p = 10$ грн.

Задача 2.

Фірма функціонує в умовах досконалої конкуренції. Функція її загальних витрат має вигляд: $TC = 0,1Q^2 + 15Q + 10$. Ринкова ціна становить 25 грош. од. Визначити точку рівноваги фірми та максимальний прибуток.

Задача 3. Фірма функціонує за умов досконалої конкуренції протягом короткострокового періоду та має наступні параметри діяльності: постійні витрати - 20 грош. од. для обсягу випуску 5 одиниць, оптимальний обсяг випуску становить 10 одиниць продукції, загальний дохід фірми становить 150 грош. од., середні змінні витрати становлять 14 грош. од. Визначте результати діяльності фірми через загальні та середні величини.

Задача 4. Припустімо, що фірма повністю монополізувала виробництво певного товару. Наступна інформація відображає стан фірми: $MR = 1000 - 20Q$; $MC = 100 + 10Q$. Скільки товару буде продано і за якою ціною, якщо фірма функціонує в умовах монополії.

СЕМІНАРСЬКЕ ЗАНЯТТЯ №7 (2 год.)

Ринок праці в системі ринків факторів виробництва

Формат заняття – BATTLE (змагання між групами студентів)

1. Підготовчий етап:

Групи повинні детально ознайомитись із концепцією функціонування внутрішньофірмового ринку праці зазначеної організації та на основі цього підготувати презентацію, в якій повинні відобразити:

- основну мету (місію) діяльності організації;
- організаційну структуру організації;
- елементи корпоративного стилю своєї організації;
- характеристику персоналу організації: кількісний склад, статево-віковий склад, структуру посад в організації;
- характеристику індивідуального попиту на робочу силу організації: кількість наявних вакансій, основні вимоги до потенційних найманих працівників по наявних вакансіях, динаміка забезпечення робочими місцями у Львівському регіоні, величина оплати праці (характеристика розміру зарплат).
- Профспілку організації, напрями її діяльності та корисність для працівників.

2. База аналізу

Групи	База для аналізу
Підгрупа №1	Гіпермаркет «Ашан»
Підгрупа №2	Компанія «Київстар»

3. Кожна підгрупа презентує внутрішньофірмовий ринок праці своєї організації – 15 хв.

4. Після виступу обидвох підгруп, презентуються кожною підгрупою основні позитиви/недоліки працевлаштування та роботи в організації – 10 хв.

Рекомендації по виділенню позитивів та недоліків працевлаштування в організації:

№	Складові кадрової політики	Позитиви	Негативи
1.	Процедура працевлаштування (жорсткість відбору/час)		
2.	Умови праці		
3.	Заробітна плата		
4.	Захищеність з боку профспілкової організації		
5.	Наявність бонусів, доплат, премій за добре виконану роботу		
6.	Наявність соцпаketу (медичне страхування, пенсійне забезпечення тощо)		
7.	Можливість кар'єрного росту		
8.	Система нематеріальної мотивації до роботи		
9.	Ваш Варіант		

5. Дискусія підгруп та спільне визначення переможця щодо характеристики внутрішньофірмового ринку праці організації – 10-15 хв.

Література для підготовки до семінарських занять:

Основна

1. Беседіна Г. Є. Мікроекономіка [Текст] : практикум / Г. Є. Беседіна ; Харків. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. - Харків : Харків. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2013. - 99 с.
2. Дружиніна В.В. Мікроекономіка [Текст] : навч. посіб. / В. В. Дружиніна, О. І. Чорноус. - Харків : Друкарня Мадрид, 2015. - 254 с.
3. Кравченко О.А. Мікроекономіка: теорія і практикум [Текст] : навч. посіб. / О. А. Кравченко ; Одес. нац. політехн. ун-т, Ін-т бізнесу, економіки і інформ. технологій. - Одеса : Астропринт, 2014. - 255 с.

4. Мікроекономіка [Текст] : навч.-практ. посіб. для самост. вивч. дисципліни / [О. Є. Попов та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, доц. Попова О. Є. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ХНЕУ, 2013. - 335 с.
5. Хмель С. М. Мікроекономіка: задачі, вправи, тести [Текст] : [навч. посіб.] / С. М. Хмель, В. І. Хмель, О. В. Зіброва. - Харків : ХАІ, 2016. - 59 с.

Допоміжна

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Ігнатюк А.І., Слухай С.В. Мікроекономіка: Підручник/ За ред. В.Д.Базилевича. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: Знання, 2008. - 679с.
2. Мікроекономіка: практику: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид. переробл. і доповн. – К.: Знання, 2010. – 491 с.
3. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник. - К.: ЦНЛ, 2004. - 351с.
4. Безугла В.О., Постіл І.І. Мікроекономіка: Навч. посібник. - К.: ЦУЛ, 2007. - 288с.
5. Андреюк Н.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник. - К.: Кондор, 2004. - 176с. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2004. – 351 с.
6. Вініченко І.І., Дацій Н.В., Корецька С.О. Мікроекономіка: Навч. пос. - К.: ЦНЛ, 2005. - 272с.
7. Гронтковська Г.Е., Косік А.Ф. Мікроекономіка: Практикум: Навч. посібник. – К.: ЦНЛ, 2004. – 404 с.
8. Калініченко О.В., Березіна Л.М. Мікроекономіка: Практикум. Навч. посібник. - К.: ЦУЛ, 2008. - 432с.
9. Канцір І.А., Кліпкова О.І., Іванець Л.В. Макро-мікроекономіка: від теорії до практики: Навчальний посібник. - Л.: Новий Світ-2000, 2011. - 443с. – 1 примірник.
10. Кулішов В.В. Мікроекономіка: Основи теорії і практикум: Навч. посібник. - Л.: Магнолія плюс, 2004. - 332с.
11. Лісовий А.В. Мікроекономіка: Підручник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 11 примірників.
12. Мельникова В.І., Яременко В.Г., Мельникова О.П., Корнівська В.О. Мікроекономіка: Навч. посібник. - К.: Професіонал, 2005. - 400с.
13. Нуреев Р.М. Курс мікроекономіки: Учебник для вузов. – 2-е изд., изм. – М.: Издательство НОРМА, 2000. – 572 с.
14. Рудий М.М. Мікроекономіка: Навч. посібник. - 2-е вид., випр. і доп. - К.: Каравела, 2010. - 360с.
15. Федоренко В.Г., Денисенко М.П., Качала Т.М. Макро- і мікроекономіка: Теоретичні аспекти: Навчально-методичний посібник / За ред. В.Г. Федоренка, М.П. Денисенка. - К.: Алерта, 2013. - 728с.