**Тема 4. Чистая монополия**

1. Рынок продавцов и покупателей, на котором господствуют отдельные продавцы, называется

а) монополией;

б) монопсонией;

в) совершенной конкуренцией;

г) незаконной конкуренцией.

2. Тип рыночной структуры, когда единственный покупатель покупает продукцию у единственного производителя.

а) двухсторонняя монополия;

б) двухсторонняя монопсония;

в) естественная монополия;

г) государственная монополия.

3. Предприятие представляющее целую отрасль, в которой экономия, связанная с ростом масштабов производства, настолько велика, что товар может быть произведен одной фирмой при более низких средних издержках, чем, если бы его производством занималась не одна, а несколько фирм.

а) естественная монополия;

б) географическая монополия;

в) регулируемая монополия;

д) все перечисленное верно.

4. Крупная отрасль, возникшая на основе высокого уровня концентрации производства и капитала с целью установления господства в какой-либо области хозяйства и получение монопольно высокой прибыли или сверхприбыли, называется

а) монополия;

в) интеграционное формирование;

г) концерн;

д) незаконное объединение.

1. Применяемые фирмами способы (кроме снижения цен на свою продукцию), с помощью которых они пытаются увеличить объем продаж продукции. К ним относятся: конкуренция в области дифференциации продуктов, реклама и меры по продвижению продукции на рынок и стимулированию сбыта.

а) неценовая конкуренция;

б) ценовая конкуренция;

в) межотраслевая конкуренция;

г) функциональная конкуренция.

6. Порочная практика установления различных цен на одну и ту же продукцию для разных групп покупателей – это:

а) ценовая дискриминация;

б) ценовая конкуренция;

в) концентрация рынка;

г) диверсификация.

7. Тип рыночной структуры, когда продукция разных производителей имеет единственного покупателя.

а) монопсония;

б) монополия;

в) открытая монополия;

г) двухсторонняя монополия;

8. Нарушение монополиями норм борьбы путем захвата господствующего положения на рынке, позволяющее ограничивать доступ на него другим производителям, диктовать цены и другие условия коммерческой деятельности. Это:

а) антиконкурентная практика;

б) нечестная конкуренция;

в) недобросовестная конкуренция;

г) все перечисленное верно;

д) все перечисленное неверно.

9. Монополия предполагает, что:

а) продавцы принимают цены как заданные;

б) покупатели принимают цены как заданные;

в) проникновение новых фирм на рынок ничем не ограничено;

г) производится стандартизированный продукт

10. При монополии барьером для проникновения новых фирм в отрасль могут быть:

а) патенты и лицензии;

б) низкие издержки производства крупного производителя;

в) исключительные права «фирмы-старожила»;

г) редкость используемых ресурсов;

д) высокая цена продукта;

е) однородность продукта.

11.В отличие от конкурентного рынка монополист может:

а) назначит любую цену на производимый продукт;

б) произвести любой объем продукта;

в) использовать демпинговые цены

г) нет верного ответа.

12. Ценовая дискриминация – это:

а) продажа одного продукта по разным ценам разнм покупателям;

б) различия в оплате труда по профессиям;

в) формирование высоких розничных цен на товары первой необходимости;

г) более высокие цены на более престижные товары.

13. Монополия может:

а) производить меньше по большей цене;

б) получать больше прибыли;

в) создавать искусственный дефицит на рынке производимого продукта;

г) все перечисленное верно.

14. Формами монополий являются :

а) конгломерат;

б) акционерное общество;

в) унитарное предприятие;

г) консорциум;

д) концерн.

15. Монополист:

а) никогда не снижает цену;

б) меняет цену только в сторону ее увеличения;

в) может цену понижать и увеличивать;

г) все перечисленное верно.

Оцените правильность утверждений (верно / неверно)

16. Монополии вредны обществу, поэтому государство с ними борется.

17. Если в стране существует антимонопольное законодательство, то монополий в такой стране нет.

18. Монопольная власть означает способность влиять на цену отраслевого продукта.

19. В условиях экономической нестабильности монополии являются менее устойчивыми по сравнению с фирмами – совершенными конкурентами.

20. В условиях монополии предельный доход фирмы больше цены единицы продукта.