**ТЕМА: Рыночные модели.**

1. Конкуренция - это:

1) система отношений по поводу обмена результатами производства и услугами, принимающими форму товара;

2) система мер по повышению качества производимой продукции;

3) соперничество участников рыночного хозяйства за лучшие условия производства и сбыта товаров;

4) идеальное состояние рынка, при котором происходит совпадение спроса и предложения;

5) метод повышения эксплуатационных характеристик производимой продукции.

2. Конкуренция, возникающая тогда, когда не соблюдается хотя бы одно условие свободной конкуренции - это:

1) совершенная конкуренция;

2) позитивная конкуренция;

3) формальная конкуренция;

4) несовершенная конкуренция;

5) негативная конкуренция

3. Три основных типа несовершенной конкуренции - это:

1) монополистическая конкуренция;

2) чистая монополия;

3) олигополия;

4) монопсония;

5) естественная монополия.

4.Рынок, на котором существует только один продавец продукции, называется рынком

1. олигополии
2. монополии
3. монопсонии

5.Товар разных фирм на рынке монополистической конкуренции

1. стандартизирован
2. уникален
3. однороден
4. дифференцирован

6.Примером рынка олигополии является рынок

1. пшеницы
2. автомобилей
3. пива
4. все утверждения верны

7.Рынок, на котором существует несколько продавцов продукции, называется рынком

1. олигополии
2. монополии
3. монопсонии
4. олигопсонии

8.Барьеры для входа на рынок

1. существуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
2. отсутствуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
3. существуют при монополии и отсутствуют при совершенной конкуренции
4. отсутствуют при монополии и существуют при совершенной конкуренции

9.Не относится к рынку совершенной конкуренции

1. наличие на рынке большого количества продавцов
2. неспособность отдельного продавца влиять на цену
3. полная свобода входа и выхода с рынка для продавцов
4. продукция дифференцирована по свойствам и качеству

10.Создает наихудшие условия для покупателей рынок

1. монополии
2. олигополии
3. монополистической конкуренции
4. совершенной конкуренции

11. Непреодолимые барьеры для вхождения на рынок существуют при

1. монополии
2. монополии и олигополии
3. монополии, олигополии и совершенной конкуренции
4. монополии, олигополии и монополистической конкуренции

12. Контроль над ценой

1. существуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
2. отсутствуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
3. существуют при монополии и отсутствуют при совершенной конкуренции
4. отсутствуют при монополии и существуют при совершенной конкуренции

13.Примером рынка совершенной конкуренции является рынок

1. пшеницы
2. автомобилей
3. бытовой техники
4. сотовых телефонов

14.Сильно побуждение к слиянию на рынке

1. монополии
2. олигополии
3. монополистической конкуренции
4. совершенной конкуренции

15.Неценовая конкуренция

1. существуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
2. отсутствуют как при монополии, так и при совершенной конкуренции
3. существуют при монополии и отсутствуют при совершенной конкуренции
4. отсутствуют при монополии, и существует при совершенной конкуренции

16. К недостаткам рынка совершенной конкуренции относится:

1) низкий объем производства 3) нестабильность цен

2) высокий уровень расходов на рекламу **4)** низкий уровень расходов на НИОКР

17. Монополистическая конкуренция возникает на рынках тех товаров, где эластичность спроса:

1) как правило, низка

**2)** как правило, высока

3) приблизительно = 1

4) может быть какой угодно

18. Какой рынок, скорее всего, будет монополией:

**1)** бензоколонка в сельской местности 3) рынок пшеницы

2) рынок гвоздик 4) продажа «Сникерса» в Москве

19..Ценовая дискриминация-это

1. покупка товара по минимальной цене.
2. продажа одного и того же товара по разным ценам
3. продажа по одной цене разных товаров
4. продажа товара по высокой цене

20.Определите, какой формы конкуренции не существует:

1. межотраслевой
2. неценовой
3. ценовой
4. рабочей

21.Как называется противодействие государством монополий

1. антимонопольное законодательство2) регулирование монополий

3) антимонопольный прием 4) антикризисная политика

22. К недобросовестной конкуренции относится:

1. реклама
2. торговая марка
3. ложная информация о конкурентах, шпионаж
4. стимулирование сбыта