

۱. بهترین معیار منعکس کننده رفتار بازاری بنگاهها از دیدگاه شالتی کدام است؟

الف اشتغال ب فروش ج ارزش بازاری د اوراق سهام

۲. در کدام یک از شاخص های اندازه گیری تمرکز، صرفاً نابرابری بینگاہها مورد توجه قرار گرفته است؟

الف شاخص هانا - کی ب واریانس لگاریتم اندازہ ہنگامہا

ج. شاخص معکوس تعداد نگاههای بازار د. نسبت تمرکز H - نگاه

۳. ورود نگاه جدید به بازار چه تأثیری بر روی تمرکز آن خواهد داشت؟

الف باعث افزایش تعداد بنگاها و در نتیجه کاهش تمرکز بازار می شود

ب. در صورتی باعث کاهش تمرکز می شود که اندازه آن نسبت به سایر نگاهها ناچیز باشد

ج. در صورتی باعث افزایش تمرکز می شود که اندازه آن نسبت به سایر نگاهها ناچیز باشد

د در صورتی باعث کاهش تمرکز می شود که اندازه آن به قدر کافی بزرگ باشد

۴. کدام گزینه در مورد مزاد رفاہ مصرف کننده صحیح است؟

الف هر چه تقاضا کم کشش باشد مازاد رفاه مصرف کننده کمتر خواهد بود.

ب هر چه تقاضا یا کشش‌تر باشد مازاد رفاه مصرف‌کننده بیشتر است.

ج. مازاد رفاه مصرف کننده یا بهینه یارتو برابر است.

د کمی و زیادی مازاد رفاه مصرف کننده به کشش تقاضا بستگی دارد.

۵. یک صنعت با سه بنگاه، با سهم بازار مندرج در جدول زیر را در نظر بگیرید مقدار شاخص هر فیندال - هیرشمن کدام است؟

۳	۲	۱	بنگاه
۰/۲	۰/۳	۰/۵	سهم بازار

الف ٠/٣٤ ب ٠/٤ ج ٠/١٣ د ٠/٣٨

۶. قدرت انحصاری یک بنگاه بر حسب شاخص لرنر $0/۲$ است اگر کشش قیمتی تقاضای بازار برابر $n = ۲$ باشد اندازه شاخص را تجايلد چقدر خواهد بود؟

الف ٠/٢ ب ٠/٤ ج ٨ د ١

۷. در بازار A تعداد ۱۰ بنگاه هم اندازه و در بازار B تعداد ۲۰۰ بنگاه هم اندازه فعالیت دارند. نسبت تمرکز در این دو بازار چقدر است؟

الف ٠/٠٥ و ١ ب ١٠٠ و ٥٠٠

ج ۱۰ و ۷ د ۱۰ و ۴

۸. موانع ورود در زمره کدامیک از علل بروز انحصار طبقه‌بندی می‌شوند؟

الف ساختاری ب کارکردی ج عملکردی د رفتاری

۹. فرایند تمرکز اقتصادی بر اساس دو مفهوم «مکانیزم انتقال» و «مکانیزم اداء» توسط کدام دانشمند مطرح شده است؟

الف دانی ب دیوس ج گالراست د فیروز

۱۰. صرفه جویی در مخارج ارتقای فروش در کدام سطح از صرفه های مقیاس ظاهر می شود؟

الف سطح کالا ب سطح بنگاه ج سطح کارخانه د صرفه های تنوع

۱۱. در صورت افزایش هزینه متوسط نسبت به هزینه نهایی، کدام حالت برقرار است؟

الف بازدهی به مقیاس ثابت است ب اطلاعات برای تعیین صرفه های مقیاس ناقص است

ج بازدهی به مقیاس نزولی است د بازدهی به مقیاس صعودی است

۱۲. اعتقاد «بن» بر این که تفاوت کالاها به عنوان مانع ورود تلقی می شود، مبتنی بر چه فرضی می باشد؟

الف همگن بودن کالاها ب ناهمگن بودن کالاها

ج با کشش بودن کالاها د با کشش بودن عرضه نهاده ها

۱۳. قیمت گذاری حدی در کدام دسته از موانع ورود قرار می گیرد؟

الف اقدامات تلافی جویانه ب مخارج ارتقای فروش

ج مزیت مطلق هزینه ای د ایجاد ظرفیت مازاد

۱۴. در بازاری که تفاوت کالا، تمرکز و صرفه های مقیاس کم است چه شرایطی برقرار است؟

الف تقاضای بنگاهها قابل تشخیص است. ب رفاه جامعه پایین است.

ج موانع ورود مرتفع است. د زمینه همکاری وجود ندارد.

۱۵. کدام منحنی بیانگر حداکثر قیمتی است که بنگاه های قدیمی می توانند درخواست کنند بدون این که بنگاههای بالقوه

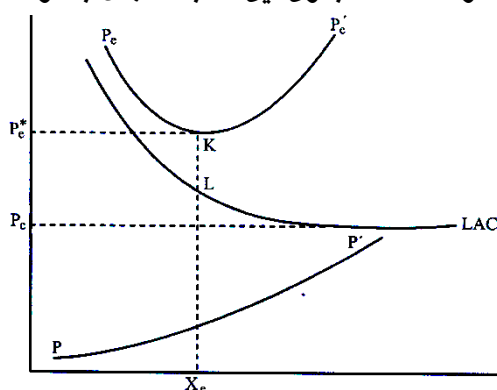
حاضر به ورود به صنعت باشند؟

الف $P_g \bar{P}_g$

ب $P_g^* = \min P_g \bar{P}_g$

ج $P_c = \min LAC$

د PP



۱۶. حداکثر قیمت مانع ورود کدام است؟

د P_a

ج P_c

ب P_g^*

الف P_b

۱۷. ارتفاع مانع ورود ناشی از صرفه های مقیاس برابر کدام گزینه است؟

د LX_g

ج $P_g^* P_c$

ب KL

الف KX_g

۱۸. کدام گزینه در خصوص سیاست قیمتی بنگاه های قدیم در حالت موانع غیر موثر صحیح نیست؟

الف بنگاه ها با دریافت حداکثر قیمت مانع ورود، تنها به سود بلند مدت می اندیشند

ب حفظ سهم بازار از طریق برقراری حداکثر قیمت مانع ورود، سود زیادی به همراه نخواهد داشت

ج حداکثر قیمت مانع ورود، بالاتر از حداقل هزینه متوسط قرار می گیرد

د حداکثر قیمت مانع ورود، پایین تر از قیمت حداکثر کننده سود صنعت قرار می گیرد

۱۹. اگر قیمت در سطح رقابتی برابر ۲۰۰، کشش تقاضای بازار معادل ۲، مقدار تولید متناظر با رقابت کامل برابر ۱۰۰۰ و قیمت حدی برابر ۲۵۰ باشد، مقدار MES کدام گزینه خواهد بود؟

الف ١٠٠٠ ب ٥٠٠ ج ٢٠٠ د ١٠٠

۲۰. کدام مورد در نظریه ورسستر درخصوص حفظ موقعیت بنگاه مسلط از سهم بازار مورد توجه قرار نگرفته است؟

الف کارایی نگاه مسلط نسبت به نگاه های حاشیه ای

ب بی توجهی نگاه مسلط نسبت به اعمال نگاه های حاشیه ای

ج رفتار غیر رقابتی بنگاه‌های حاشیه ای در بازار

د. منافع و هزینه های انتخاب استراتژی های مختلف

۲۱. کدام گزینه در خصوص شاخص CDR صحیح است؟

الف استفاده از شاخص CDR برای ارزیابی شدت موانع ورود بسیار وقت گیر و پرهزینه است

ب. تاثیر عواملی که جنبه کیفی دارند، در شاخص CDR برای ارزیابی شدت موانع ورود لحاظ نشده است

ج. شاخص CDR، موانع ورود را از جنبه مزیت مطلق هزینه ای ارزیابی می کند

د هرچه نسبت CDRکوچتر از یک باشد، تولید در مقیاس کوچک مقرون به صرفه نیست

۲۲. همکاری و انتلاف در زمره کدام دسته از عوامل شکل‌گیری انحصار قرار می‌گیرد؟

الف علل خوب و ساختاری ب علل خوب و رفتاری

ج. علل بد و ساختاری د. علل بد و رفتاری

۲۳. بهترین شاخص برای ارزیابی سودآوری کدام است؟

الف سود صنعت ب شکاف قیمت و هزینه

ج. نرخ q د. نرخ بازده سرمایه

۲۴. تاثیر تبلیغات در بازار انحصار کامل چگونه است؟

الف تبلیغات در بازار انحصار کامل موضوعیت ندارد

ب تبلیغات موجب تمایز کالا و افزایش قدرت انحصاری میشود.

ج. تبلیغات موجب خروج رقبا و کاهش رفاه اجتماعی می شود

د تبلیغات موجب افزایش هزینه ها و کاهش سود می شود

۲۵. بر اساس مدل همکاری در شاخص لرزر، در صورت وجود ارتباط کامل همکاری بین بنگاه ها و با فرض هشتاد درصد اندازه

تمرکز و ۲۵ درصد کاهش قیمتی بازار، قدرت انحصاری برابر کدام گزینه خواهد بود؟

الف ٠/٣٢ ب ٤ ج ٠/٢ د ٣/٢

۲۶. کدام شاخص برای اندازه گیری قدرت انحصاری کارتل مناسب است؟

الف شاخص بن ب شاخص راتجايلد

ج. شاخص رفاه از دست رفته

۲۷. کاهش قیمت برای دورکردن بنگاه های کوچک از بازار توسط بنگاه های پیشرو، ابزاری است برای :

الف استمرار قدرت انحصاری ب اعمال و استمرار قدرت انحصاری

ج اعمال قدرت انحصاری د کسب قدرت انحصاری

۲۸. در رقابت دو شرکت الف و ب، کدام گزینه منجر به افزایش قدرت انحصاری بنگاه ب می شود؟

الف حساسیت بالای شرکت ب نسبت به سیاستهای قیمتی شرکت الف

ب حساسیت بالای شرکت ب نسبت به سیاستهای غیر قیمتی شرکت الف

ج عدم حساسیت شرکت ب نسبت به سیاستهای غیر قیمتی شرکت الف

د کاهش کشش متقاطع عرضه شرکت ب نسبت به شرکت الف

۲۹. در سوال قبل اشاره به کدام شاخص اندازه گیری قدرت انحصاری دارد؟

الف شاخص رائجيلد ب شاخص پاياندرؤ

ج شاخص بین د شاخص اندازه تمرکز

۳۰. کدامیک موجب ایجاد مانع ورود به بازار می‌شود؟

الف صرفه‌های مقیاس ناچیز ب عدم ایجاد ظرفیت مازاد

ج شباهت کالا د مزایای مطلق هزینه‌ای

۳۱. اگر تابع تقاضا به صورت $P = ۳۲ - ۲Q$ و هزینه نهایی بنگاه $MC = ۴ + ۷Q$ باشد، مازاد رفاه مصرف کننده برابر

است ما:

الف ٤٣ ب ٣٣ ج ٩/٦ د ١٠

۳۲. در سؤال قبل مازاد رفاه تولید کننده برابر است با:

الف ٣٢٠ ب ٣٣/٨ ج ١/٨ د ٤٠

۳۳. اگر شاخص H به صورت $H = n\sigma^p + \frac{1}{n}$ باشد به شرط اینکه اندازه تمام بنگاه‌ها برابر باشد روابط فوق برابر خواهد شد با:

خواهد شد با:

$$n_{\text{د}} \quad n\sigma_{\text{ج}}^{\text{پ}} \quad \sigma_{\text{ب}}^{\text{پ}} \quad \frac{1}{n_{\text{الف}}}$$

۳۴. تابع هزینه بنگاهی که فقط محصول ^q را تولید می‌کند به شرح زیر است:

$$C_{(q)} = \omega \circ + \circ / \omega q \quad q \leq v$$

$$C_{(q)} = v q \quad q > v$$

هزینه نهایی و متوسط به ازای سطوح تولید بزرگتر از کدام گزینه زیر است؟

الف $q/5^\circ$, $\frac{1}{2} + \frac{50}{q}$ ب ٧ ج ١٤ د ٨٤

۳۵. رابطه $\frac{\delta p_i}{\delta x_j} = k \frac{\delta p_i}{\delta x_i}$ که در آن $0 < k < 1$ است، بیانگر چیست؟

الف ارزیابی سدت ممرکز خریداران و فروشندگان ب رفتار بنگاه در قبال سایر رقبا

ج درجه ارتفاع موانع ورود د درجه تفاوت محصول دو بنگاه

۳۶. اگر علامت کشش متقاطع تقاضا باشد، تحت کدام یک از حالت های زیر X و Y با احتمال بیشتری در یک بازار طبقه بندی می شوند؟

$$n_{xpy}^d = 5$$

ب

$$\eta_{x,py}^d = -\frac{1}{3} \text{ الف}$$

الف

$$\eta_{x,p_y}^d = -\frac{1}{2}$$

2.

$$\Pi_{x, p_y}^d = 0$$

८

۳۷. اصطلاح «تخریب خلاق»، که توسط شومپیتر بیان شده است، مویید کدام نوع از رقابت می باشد؟

الف رقابت خود مخرب ب رقابت انحصاری

ج رقابت واقع گرایانه

۳۸. بازار اتومبیل در ایران در زمره کدام بازار قرار می گیرد؟

الف انحصار چندجانبه سست ب انحصار چندجانبه سخت

ج انحصار خالص د رقابت انحصاری

۳۹. تبلیغات در کدام دسته از کالاها، تأثیر کمتری بر ارتقای فروش دارد؟

الف کالاهای مصرفی بی دوام ب کالاهای صنعتی

ج کالاهای سرمایه ای د کالاهای مصرفی

۴۰. بر اساس رابطه دورفمن-اشتاینر، کدام عامل موجب افزایش شدت تبلیغات می شود؟

الف افزایش کشش تبلیغاتی تقاضا ب افزایش مخارج تبلیغات

ج افزایش تعداد بنگاه ها د افزایش کشش قیمتی تقاضا