

## ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΥΠ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

## Μάθημα: Οικονομική

Ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών και οι σωστές απαντήσεις

Τα Πανεπιστημιακά Φροντιστήρια «ΚΟΛΛΙΝΤΖΑ», προετοιμάζοντας σε ολιγομελείς ομίλους τους υποψήφιους για τον επικείμενο διαγωνισμό του υπουργείου Οικονομικών, με κορυφαίο επιτελείο διδασκόντων, παραθέτουν χρήσιμα θέματα στο μάθημα της Οικονομικής. Τα θέματα επιμελήθηκε ο επιστημονικός συνεργάτης μας κ. Μπαντούλας Κωνσταντίνος, Οικονομολόγος, Μσ Πανεπιστημίου Πειραιά.

## ΜΟΝΟΠΩΛΙΟ - ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

**1. Ποιος από τους πιο κάτω κλάδους είναι μονοπωλιακά ανταγωνιστικός;**  
α) Η χαλυβουργία.  
β) Το λιανικό εμπόριο  
γ) Η βιομηχανία τσιμέντων.  
δ) Ο κλάδος παραγωγής σιταριού.  
ε) Τα διυλιστήρια.

**2. Ποιο από τα πιο κάτω επιχειρήματα χρησιμοποιείται από ορισμένους για να υποστηριχθεί ότι η διαφήμιση παίζει θετικό ρόλο σε μια οικονομία;**

α) Συμβάλλει στην αύξηση της συνολικής ζήτησης, της κατανάλωσης και της απασχόλησης.  
β) Πληροφορεί τους καταναλωτές για τα νέα προϊόντα.  
γ) Ωθεί τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν το προϊόν τους.  
δ) Μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να πραγματοποιήσουν οικονομίες μεγέθους.  
ε) Όλα τα πιο πάνω.

**3. Ποιο από τα επόμενα επιχειρήματα δεν χρησιμοποιείται για να υποστηριχθεί ο θετικός ρόλος της διαφήμισης;**

α) Οι διαφημιστικές δαπάνες καλύπτουν μέρος του κόστους λειτουργίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας.  
β) Η διαφήμιση βοηθάει στην προβολή των πολιτικών προσωπικοτήτων και βελτιώνει έτσι τις πολιτικές διαδικασίες.  
γ) Ο κλάδος της διαφήμισης απασχολεί πολλά άτομα.  
δ) Τα (α) και (γ) μαζί.

**4. Για να επηρεάσει τις πωλήσεις της**

**η επιχείρηση στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό:**

α) Μπορεί να μειώσει την τιμή του προϊόντος.  
β) Μπορεί να διαφοροποιήσει το προϊόν.  
γ) Μπορεί να αυξήσει τις δαπάνες διαφήμισης και προώθησης του προϊόντος.  
δ) Όλα τα παραπάνω.

**5. Τι δεν συνιστά χαρακτηριστικό του μονοπωλιακού ανταγωνισμού:**

α) Η είσοδος και η έξοδος επιχειρήσεων είναι σχετικά εύκολη.  
β) Το προϊόν είναι πάντοτε τυποποιημένο.  
γ) Η ύπαρξη αρκετών επιχειρήσεων.  
δ) Η χρήση διαφήμισης είναι μεγάλη.

**6. Μια μονοπωλιακά ανταγωνιστική επιχείρηση επηρεάζει τις πωλήσεις της κάνοντας χρήση:**

α) Τιμολογιακής στρατηγικής.  
β) Στρατηγικής διαφοροποίησης του προϊόντος.  
γ) Στρατηγικής προώθησης των πωλήσεων.  
δ) Όλων των παραπάνω.

**7. Μονοπωλιακός ανταγωνισμός και πλήρης ανταγωνισμός μοιάζουν διότι και στις δύο αυτές μορφές αγοράς:**

α) Το προϊόν διαφοροποιείται λίγο.  
β) Είναι σχετικά εύκολη η είσοδος νέων επιχειρήσεων.  
γ) Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τη διαφήμιση για να προάγουν τις πωλήσεις τους.  
δ) Ισχύουν όλα τα προηγούμενα.

**8. Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό έχουμε:**

α) Λίγες επιχειρήσεις που πουλάνε ένα διαφοροποιημένο προϊόν.  
β) Πολλές επιχειρήσεις που πουλάνε ένα ομοιογενές προϊόν.  
γ) Λίγες επιχειρήσεις που πουλάνε ένα ομοιογενές προϊόν.  
δ) Πολλές επιχειρήσεις που πουλάνε ένα διαφοροποιημένο προϊόν.

**9. Ποιο από τα πιο κάτω δεν αποτελεί παράγοντα που ενθαρρύνει τη δημιουργία μονοπωλίων;**

α) Η αποκλειστική ιδιοκτησία πηγών βασικής πρώτης ύλης ή του δικτύου χονδρικής ή λιανικής πώλησης του προϊόντος.  
β) Ο εξοντωτικός αθέμιτος ανταγωνισμός σε βάρος άλλων ομοειδών επιχειρήσεων.  
γ) Η αποκλειστικότητα εκμετάλλευσης βασικών ευρεσιτεχνιών ή παραχώρηση από την πολιτεία προνομίου αποκλειστικής παραγωγής ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας.  
δ) Η ύπαρξη σημαντικών οικονομικών μεγέθους και το χαμηλότερο κόστος παραγωγής μιας καθιερωμένης επιχείρησης.  
ε) Το μεγάλο μέγεθος της αγοράς για ένα προϊόν.

**Απαντήσεις:**

1. β, 2. ε, 3. β, 4. δ, 5. β, 6. δ, 7. β, 8. δ, 9. ε

## ΟΛΙΓΟΠΩΛΙΟ

**1. Σε σύγκριση με τις πλήρως ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, οι ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις:**

α) Κάνουν αποτελεσματικότερη χρήση των κοινωνικών πόρων.  
β) Αυξάνουν την τιμή και περιορίζουν την προσφερόμενη ποσότητα.  
γ) Έχουν μικρότερες δυνατότητες για τη βελτίωση των προϊόντων τους.  
δ) Αυξάνουν την προσφερόμενη ποσότητα και μειώνουν την τιμή.

**2. Ποιο από τα πιο κάτω χαρακτηριστικά αφορά μόνο στο ολιγοπώλιο:**

α) Η χρήση διαφήμισης.  
β) Η χρήση διαφόρων μεθόδων προώθησης των πωλήσεων.  
γ) Η διαφοροποίηση του προϊόντος.  
δ) Η αμοιβαία αλληλεξάρτηση.

**3. «Αμοιβαία αλληλεξάρτηση» σημαίνει ότι:**

α) Για τον προσδιορισμό της τιμής του προϊόντος της η κάθε επιχείρηση πρέπει να λάβει υπόψη το πώς θα αντιδράσουν οι άλλες.  
β) Το προϊόν της κάθε επιχείρησης είναι ακριβώς ίδιο με τα προϊόντα των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.  
γ) Η καμπύλη ζήτησης για το προϊόν της κάθε επιχείρησης είναι πλήρως ελαστική.

δ) Το προϊόν της κάθε επιχείρησης είναι βασικά όμοιο, αλλά με κάποιες διαφορές από εκείνα των ανταγωνιστριών επιχειρήσεων.

**4. Ποιο από τα επόμενα δεν αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του ολιγοπωλίου;**

α) Στον κλάδο υπάρχουν λίγες επιχειρήσεις.  
β) Μπορεί να υπάρχει ή να μην υπάρχει διαφοροποίηση προϊόντος.  
γ) Οι αποφάσεις της κάθε επιχείρησης για την τιμή και την ποσότητα επηρεάζονται από τις πιθανές αντιδράσεις των ανταγωνιστριών επιχειρήσεων.  
δ) Είναι σχετικά εύκολη η είσοδος νέων επιχειρήσεων και αυτό κάνει να εξαφανιστούν τα οικονομικά κέρδη στο μακροχρόνιο διάστημα.

**5. Η δημιουργία και καλή λειτουργία ενός καρτέλ εξαρτάται από:**

α) Τον αριθμό των επιχειρήσεων στον κλάδο και τις κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των διευθυντικών στελεχών τους.  
β) Τη συνάφεια των προϊόντων που παράγονται από τις επιχειρήσεις του κλάδου και τη νομιμότητα των στοιχείων κόστους τους.  
γ) Τη σοβαρότητα των εμποδίων εισόδου στον κλάδο.  
δ) Το βαθμό διαχρονικής σταθερότητας και προβλεπτικότητας της ζήτησης για το προϊόν του κλάδου.  
ε) Όλα τα πιο πάνω.

**6. Προκειμένου να εποπτεύεται αποτελεσματικά η συμπεριφορά των μελών ενός καρτέλ, χρειάζεται:**

α) Η τακτική και έγκαιρη παρακολούθηση των πραγματικών πωλήσεων, των τιμών και των όρων πώλησης της κάθε επιχείρησης-μέλους του καρτέλ.  
β) Η τακτική παρακολούθηση των όρων χορήγησης πίστωσης στους αγοραστές, έκπτωσης λόγω μεγάλου ύψους αγορών, απαλλαγής από μεταφορικά έξοδα κ.ά.  
γ) Η γρήγορη και αποτελεσματική επιβολή κυρώσεων στους παραβάτες.  
δ) Όλα τα πιο πάνω.

**7. Οι κύριοι σκοποί που επιδιώκονται**

**με τις συγχωνεύσεις και εξαγορές είναι:**

α) Η μείωση του ανταγωνισμού και της αβεβαιότητας, καθώς και η αύξηση της δύναμης και της κερδοφορίας.  
β) Η αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης, η δημιουργία οικονομικού μεγέθους, η δημιουργία επιχειρηματικής αυτοκρατορίας κ.ά.  
γ) Η αύξηση της χρηματιστηριακής αξίας των μετοχών των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, η οικονομική αξιοποίηση των περιουσιακών στοιχείων της εξαγοραζόμενης επιχείρησης, η διεύθυνση της μιας επιχείρησης σε γεωγραφικές περιοχές και σε κατηγορίες προϊόντων της άλλης κ.ά.  
δ) Η αποφυγή ανεπιθύμητης εξαγοράς από τρίτη επιχείρηση ή η προστασία άλλης επιχείρησης από ανεπιθύμητη εξαγορά της από τρίτους ή απλώς η εμφάνιση μιας ευκαιρίας για την απόκτηση μιας άλλης επιχείρησης.  
ε) Όλα τα πιο πάνω μπορεί να ισχύουν κατά περίπτωση.

**8. Ποιο από τα παρακάτω προσεγγίζει περισσότερο τον ορισμό του ολιγοπωλίου;**

α) Η βιομηχανία τσιγάρων.  
β) Οι κούρες μιας πόλης.  
γ) Τα πρατήρια βενζίνης μιας πόλης.  
δ) Οι παραγωγοί σιταριού σε μια μεγάλη περιοχή.

**9. Συνιστά αποκλειστικά χαρακτηριστικό του ολιγοπωλίου:**

α) Η διαφοροποίηση του προϊόντος.  
β) Η αμοιβαία αλληλεξάρτηση.  
γ) Η χρησιμοποίηση διαφήμισης.  
δ) Τίποτα από τα παραπάνω.

**10. Πιο από τα ακόλουθα δεν συνιστά θεμελιώδες χαρακτηριστικό του ολιγοπωλίου:**

α) Η απόρροια της είσοδος στον κλάδο.  
β) Η ύπαρξη λίγων επιχειρήσεων.  
γ) Η ύπαρξη ή μη διαφοροποιημένου προϊόντος.  
δ) Τίποτα από τα προηγούμενα.

**Απαντήσεις:**

1. β, 2. δ, 3. α, 4. δ, 5. ε, 6. δ, 7. ε, 8. α, 9. β, 10. α

**Προετοιμαστείτε για το διορισμό σας στο Δημόσιο από το πιο έμπειρο επιτελείο καθηγητών**

**Υπουργείο Οικονομικών**

**ΑΜΕΣΗ ΕΝΑΡΞΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ**

**ΑΣΕΠ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ 2009 ΕΘΝ.ΣΧΟΛΗ ΔΗΜ.ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ-ΔΙΚΑΣΤ.ΕΠΙΜΕΛΗΤΕΣ**

**Αναλυτική θεωρία-Χιλιάδες ερωτήσεων πολλαπλών επιλογών ανά μάθημα**

**ΠΑΡΕΧΟΝΤΑΙ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΩΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ**

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΑ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ ΚΟΛΛΙΝΤΖΑ**  
Κάνιγγος 10, (5ος όροφ. Τηλ: 210-3300296-7, www.kollintzas.gr