

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
Харківський національний університет внутрішніх справ
Факультет № 6
Кафедра економіки та фінансів

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ
навчальної дисципліни «Мікроекономіка»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 072
Фінанси, банківська справа та страхування (Фінансова безпека,
фінансові розслідування)

за темою № 9 - Ринок досконалої конкуренції.

м. Харків 2019

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від «22» березня 2019 р. № 3

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
Протокол від «20» березня 2019 р. № 3

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
Харківського національного
університету внутрішніх справ
з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол від «21» березня 2019 р. № 3

Розглянуто на засіданні кафедри економіки та фінансів факультету № 6 ХНУВС,
протокол від 11 березня 2019 р. № 5

Розробники:

1. Завідувач кафедри економіки та фінансів факультету №6 ХНУВС, доктор економічних наук, доц. Маковоз О.С.
2. Доцент кафедри економіки та фінансів факультету №6 ХНУВС, кандидат економічних наук, доц. Лісна І.Ф.

Рецензенти:

1. Доцент кафедри економічної теорії, статистики та прогнозування Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, к.е.н., доцент Пивавар І.В.;
2. Доцент кафедри соціальних та економічних дисциплін факультету № 2 Харківського національного університету внутрішніх справ, к.е.н., доцент Павленко Н.В.

ТЕМА 9. РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

План лекції:

9.1. Сутність досконалої конкуренції та основні характеристики моделі досконалого (чистого) ринку.

9.2. Ринкова поведінка досконалого конкурента (фірми) в короткостроковому періоді.

9.3. Механізм моделі ринку досконалої конкуренції у довгостроковому періоді.

9.4. Ефективність і справедливість ринку досконалої конкуренції.

Література:

Основна:

1. 1.Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Квіцинська Н. Мікроекономіка: Опорний конспект лекцій. – Четверта хвиля, 1997. – 248 с.
2. Башнянин Г. І., Щедра О. В. та ін. Мікроекономічна теорія: Навч. посіб. – Л.: Новий світ, 2007. – 640 с.
3. Вініченко І. І., Даций Н. В., Корецька С. О. Мікроекономіка: Навч. посіб. – К.: Центр навч. л-ри, 2005. – 272 с.
4. Горобчук Т. Т. Мікроекономіка: Навч. посіб. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 272 с.
5. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка : Навч. посібник : Допущено МОН України / За ред. З.І.Ватаманюка та С.М.Панчишина.— К. : Видав. дім "Альтернативи", 2001.— 608 с.
6. Косік А. Ф., Гронтковська Г. Е. Мікроекономіка: Навч. посіб. – Рівне: УДУВТІ, 2004. – 402 с.
7. Кулішов В.В. Мікроекономіка: Основи теорії і практикум / Навч. посібник. 2-ге видання, стереотипне. – Львів: Магнолія плюс, 2005. – 331 с.

8. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. 2-го изд.: В 2 т. – М.: Республика, 1992. – Т. 1. – 399 с.; Т. 2. – 400 с.
9. Мельникова В. І., Яременко В. Г. Мікроекономіка: Навч. посіб. – К.: ВД “Професіонал”, 2005. – 400 с.
10. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2007. – 677 с.
11. Мікроекономіка: Навч. посіб. для студ. вузів. / Н. О. Гончарова, А. І. Ігнатюк, Н. А. Малиш та ін. – К.: МАУП, 2005. – 304 с.
12. Нуреев Р. Курс мікроекономіки: Учеб. для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 572 с.
13. Піндайк Р. С., Рубінфельд Д. Л. Мікроекономіка / Пер. з англ. А. Олійника та Р. Скільського. – К.: Основи, 1996. – 646 с.
14. Стеблій Г. Я. Мікроекономіка: Навч. посіб. – Л.: ЛБІ НБУ, 2004. – 222 с.

Текст лекції:

9.1. Сутність досконалої конкуренції та основні характеристики моделі досконалого (чистого) ринку

Необхідним і важливим елементом ринкової економіки, механізму її саморегулювання є конкуренція. Ще не так давно вважали, що конкурентна боротьба веде до хаосу і анархії. Однак життя показало, що саме конкуренція виступає рушійною силою розвитку економічної системи, складовою її господарського механізму, реалізації економічних інтересів. Конкуренція в багатьох випадках направляє дію **"невидимої руки" А. Сміта**, обґрунтованої у його праці "Дослідження про природу і причини багатства народів" (1776). Разом з вільними цінами, попитом і пропозицією вона покликана вирішувати проблеми: що, як і для кого виробляти. За своїм політико-економічним змістом **конкуренція** (лат. *concurrere* – зіштовхуюся, *concurrentia* – змагання) являє собою економічне суперництво і боротьбу товаровиробників та споживачів за найвигідніші умови виробництва, збуту і купівлі товарів та послуг, за

привласнення найбільших прибутків. На думку неокласиків, конкуренція – це боротьба за економічні ресурси, за утвердження стійкої ціни на ринку. У розвинутому товарному виробництві конкуренція функціонує як **об’єктивний економічний закон**, який виражає внутрішньо необхідні, сталі і суттєві зв’язки між відокремленими товаровиробниками в їх боротьбі за одержання найбільшого прибутку, внаслідок чого вони змушені запроваджувати НТП, підвищувати продуктивність праці, поліпшувати якість продукції, знижувати витрати виробництва. Для кількісного вираження закону конкуренції використовується формула (9.1) коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства.

Цей коефіцієнт фактично характеризує здатність підприємства до виживання і доходності. Він не повинен досягати одиниці, оскільки це означає, що підприємство працює без прибутку. Чим коефіцієнт вище від 1, тим успішніше діє суб’єкт конкуренції, тим міцніші його позиції на ринку.

$$K_k = \frac{S}{C+V}, \quad (9.1)$$

де **K_k** – коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства;

S – ринкова вартість продукції;

C+V – витрати підприємства, у т.ч.:

C – витрати на засоби виробництва;

V – витрати на робочу силу.

За станом ринку (кількістю фірм, типом продукту, можливостями контролю за цінами, умовами вступу в галузь і виходу з неї, методу конкуренції) економічна теорія виділяє 4 моделі ринку: 1) досконала конкуренція; 2) монополістична конкуренція; 3) олігополія; 4) чиста монополія. У мікроекономічній літературі зустрічається дещо інша класифікація моделей ринку за видом конкуренції: поліполія / поліпсонія; олігополія / олігопсонія; монополія / монопсонія. (Р. Нуреев за В.Ойкенем).

У другій половині XIX ст. відомий французький економіст, засновник Лозанської економічної школи Леон Вальрас розробив теорію "досконалої

конкуренції", яка вважається класичною в економічній науці. Досконалу конкуренцію прийнято називати ще чистою або вільною. На нижній стадії розвитку капіталістичного способу виробництва (поч. XVI – кін. XIX ст.) панувала вільна конкуренція між власниками здебільшого підприємств, що виробляли товари на невідомий ринок. Це була по суті "війна всіх проти всіх" (Ф.Енгельс).

Модель ринку досконалої конкуренції (market perfect competition) означає економічне суперництво між великою кількістю фірм однорідної продукції, які не можуть впливати на загальну ситуацію на ринку і рівень поточних цін. К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю в "Економікс" ототожнюють конкуренцію, як економічну категорію з ринком досконалої конкуренції і визначають її як наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців і можливість для них вільно входити в ринок і залишати його.

Моделі ринку досконалої конкуренції притаманні наступні риси:

1. Дуже велика кількість дрібних фірм виробників і покупців у галузі;
2. Однорідність продукту. З точки зору споживача, продукти різних фірм ідентичні, тому йому байдуже, у якої фірми купувати;
3. Відсутність бар'єрів для вступу і виходу із галузі. Будь-яка нова фірма може вільно входити до галузі, а діючі фірми – вільно залишати її;
4. Абсолютна мобільність економічних ресурсів. Відсутні обмеження – законодавчі, технологічні, фінансові, географічні тощо, - які можуть перешкоджати вільному переміщенню ресурсів;
5. Абсолютна інформованість учасників продуктового ринку про попит, пропозицію, витрати, ціну і т. ін.

Кожна людина зможе зайнятися підприємницькою діяльністю або припинити її. Вона може відкрити свою фірму і самостійно працювати, може найняти працівників і стати, за термінологією К.Маркса, капіталістом; купити акції і отримувати дивіденди; покласти гроші в банк і отримувати відсотки; купити землю і одержувати ренту. Кожен за свої гроші може купити ті товари і

послуги, які йому потрібні. Тут не існує ніякої дискримінації ні виробників, ні споживачів.

Розглядаючи модель ринку досконалої конкуренції, поняття короткостроковий та довгостроковий період потрібно доповнити певними припущеннями.

Миттєвим періодом вважається такий короткий період, протягом якого випуск продукції кожним підприємством і кількість підприємств у галузі є фіксованими.

Короткостроковим або коротким періодом (short-run) називається такий період, протягом якого виробничі потужності кожного підприємства (розмір та кількість заводів, фабрик, інших виробничих одиниць) є фіксованими, але випуск може збільшуватися або зменшуватися за рахунок зміни обсягу змінного фактора. При цьому кількість підприємств у галузі фіксована.

Довгостроковий або довгий період (long-run) – це період, протягом якого виробничі потужності можна пристосувати до умов попиту та витрат. Підприємство може повністю припинити свою діяльність, а інші фірми можуть увійти в галузь, тобто кількість підприємств у галузі може змінюватися.

Таким чином, у миттєвому та короткостроковому періодах кількість підприємств у галузі є постійною, а у довгостроковому періоді – змінною.

Оскільки однорідність продукції передбачає однорідність ресурсів, які витрачаються, можна стверджувати, що в умовах рівноваги функції витрат всіх підприємств галузі повинні бути однаковими.

Таке припущення здається нереальним, адже ми знаємо, що на фірмах, які використовують кращі ресурси, витрати будуть нижчими. У цьому і полягає своєрідний "**парадокс витрат**". В економічній теорії він пояснюється так: припускається, що володарі більш досконалих ресурсів отримують більшу за них винагороду. А отже, вся економія, отримана за рахунок більш ефективних ресурсів, витрачається на їх оплату. Для спрощення аналізу робиться також припущення, що запасів готової продукції у кожного підприємства немає, а отже, обсяг продажу кожного підприємства дорівнює обсягу його випуску в

тому самому періоді. Тому можна говорити про поведінку типового підприємства, всі висновки про яке будуть служити також для кожного підприємства галузі.

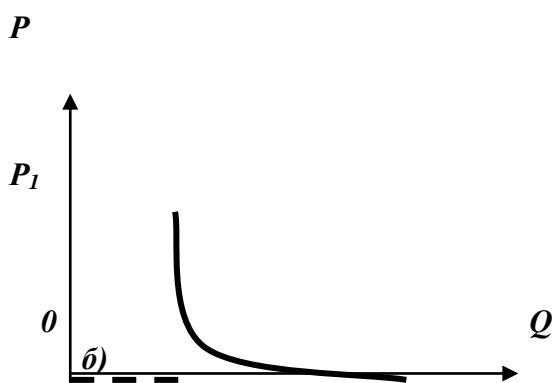
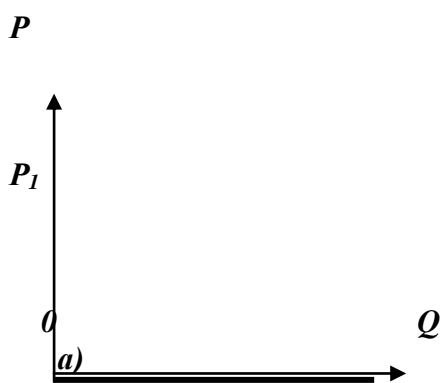
9.2. Ринкова поведінка досконалого конкурента (фірми) у короткостроковому періоді

Побудова теоретичної моделі поведінки виробника на досконалому ринку вимагає з'ясування механізму пошуку відповіді на такі запитання:

1. Варто чи не варто виробляти продукт?
2. Якщо варто, то скільки?
3. Які прибутки чи збитки принесе виробництво?

У зв'язку з малим обсягом виробництва продукції окрема фірма не в змозі впливати на загальну його пропозицію, а отже і ціну, яка на ринку досконалої конкуренції встановлюється в результаті взаємодії загального ринкового попиту і пропозиції даного продукту. В цих умовах фірма вимушена лише пасивно сприймати ринкову ціну як задану (**price-taker**). Можна дати визначення, що **конкурентна фірма (firma)** – це фірма, яка погоджується з ціною. Тому, хоча загальний ринковий попит на товар залежить від ціни (і навпаки), попит на товар окремого виробника в умовах досконалої конкуренції не залежить від неї: скільки не запропонує конкурентна фірма, це ніяк не впливає на ринкову ціну. Крива попиту (D) на продукт чистоконкурентної фірми (а), на відміну від ринкового попиту (б) є абсолютно еластична (рис. 9.1).

Особливості попиту на продукт чисто конкурентної фірми проявляються через динаміку основних показників, що характеризують її доходи залежно від обсягів реалізації. **Середній дохід** (AR – дохід у розрахунку на одиницю продукції) і **граничний дохід** (MR – приріст доходу в результаті реалізації



кожної додаткової одиниці продукції) співпадають з ціною одиниці продукції, а **валовий дохід** (RT – загальна виручка від реалізації всього обсягу збуту продукції) зростає пропорційно до обсягу продажі. Крива попиту (D) на продукт чисто конкурентної фірми в той же час є кривою її (AR і MR). Графічно залежність перелічених показників від обсягів виробництва зображена на рис. 9.1 і 9.2.

Рис. 9.1. Відмінності попиту для конкурентної фірми (а)
та ринкового попиту (б).

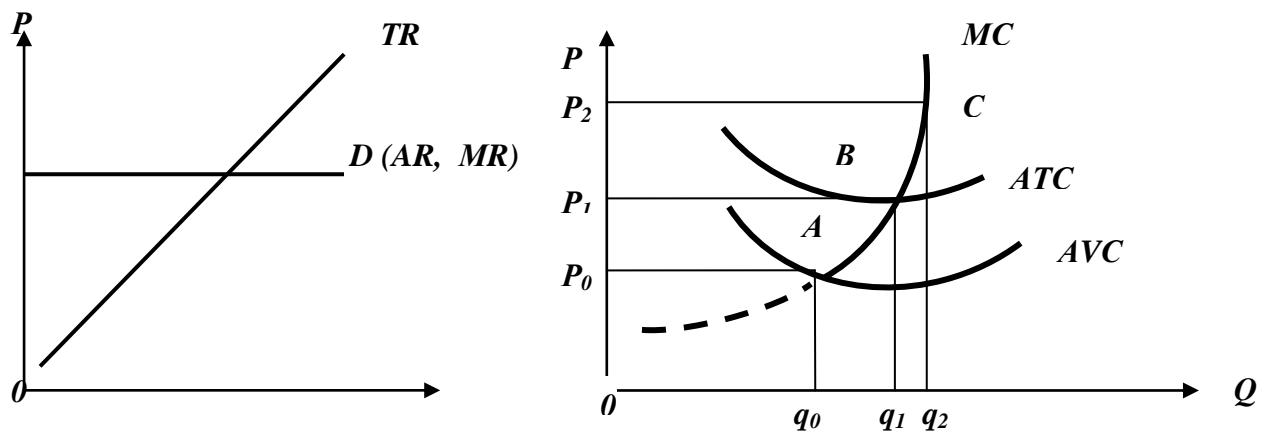
Таким чином, оскільки ціна задається фірмі – досконалому конкуренту ринком, основна проблема раціональної поведінки, яку фірма вирішує для максималізації прибутку – це визначення обсягу випуску.

Q

Рис. 9.2. Криві попиту середнього,
граничного та валового доходу

Рис. 9.3. Крива пропозиції
конкурентної фірми

А – точка припинення операцій;
В – точка самоокупності.



Крива пропозиції конкурентної фірми показує, якщо обсяг випуску буде співпадати з тією частиною кривої граничних витрат (MC), яка розташована вище кривої її **середніх змінних витрат (AVC)**.

Там, де граничні витрати (MC) дорівнюють середнім сукупним витратам (ATC), визначається **точка самоокупності (точка B)** (рис. 9.3).

Там, де граничні витрати (MC) дорівнюють середнім змінним витратам (AVC), визначається **точка припинення операції (точка A)**, при будь-якій ціні, що нижча за P_0 , фірма припиняє виробництво.

Для визначення обсягу випуску при будь-якій ціні (P_1 , P_2), вищій за мінімальні середні змінні витрати (AVC), проводиться горизонтальна лінія до кривої граничних витрат (MC). Якщо із точки її перетину з кривою граничних витрат (MC) провести вертикальну лінію до осі абсцис, отримаємо точку, яка визначить той обсяг випуску продукції (q_1 , q_2), який фірма по відповідній ціні пропонує до продажу.

Ринкова пропозиція (пропозиція галузі) складається з обсягів пропозиції всіх фірм, що пропонують свою продукцію на ринку по будь-якій можливій ціні. Її детермінантами виступають: 1) кількість фірм у галузі; 2) середній розмір фірми в галузі; 3) ціни змінних ресурсів; 4) технологія.

Якщо поєднати криву пропозиції конкурентної фірми з її кривою попиту, стає можливим визначення рівноважного (оптимального) обсягу виробництва товару.

У мікроекономіці застосовують **два підходи до визначення оптимального обсягу виготовлюваної продукції: підхід на засадах повних**

(сукупних) витрат та сукупного доходу "граничний підхід". При першому підході фірма порівнює отриманий нею валовий дохід з валовими витратами при різноманітних обсягах випуску продукції (рис. 9.4.а). Фірма досягає максимального прибутку при найбільшій різниці між валовим доходом та валовими витратами. "Граничний підхід" фірма застосовує для знаходження тих меж, до яких є сенс поширювати виробництво. Вона буде порівнювати граничний дохід та граничні витрати (рис. 9.4.б). Фірма буде поширювати виробництво до того часу, доки збільшення випуску забезпечуватиме більш швидке зростання доходу порівняно з ростом витрат. Фірма припиняє розширювати виробництво, коли додаткова продукція буде збільшувати витрати, а не дохід. Кількість продукції, при якій досягнута рівновага граничного доходу та граничних витрат, буде оптимальною для виробництва.

У короткостроковому періоді фірма максималізує прибуток (різницю між валовим доходом і валовими витратами: $TR-TC$) за умови, що гранична виручка (MR) дорівнює граничним витратам (MC) і дорівнює ціні (P).

$$P = MR = MC \quad (9.2)$$

Ця умова буде виконуватися при P_E і Q_E , бо $Q < Q_E$, $MC < MR$.

Фірма нарощує Q , для того, щоб отримувати додатковий прибуток, а при $Q > Q_E$ зменшує випуск, тому що тут $MC > MR$, а фірма від кожної додатково проданої одиниці несе збитки.

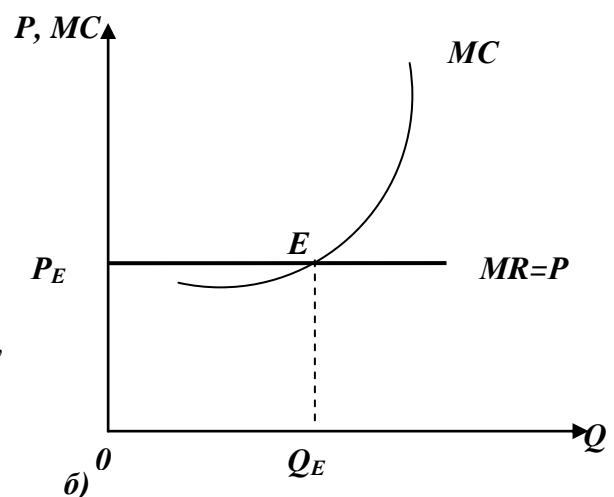
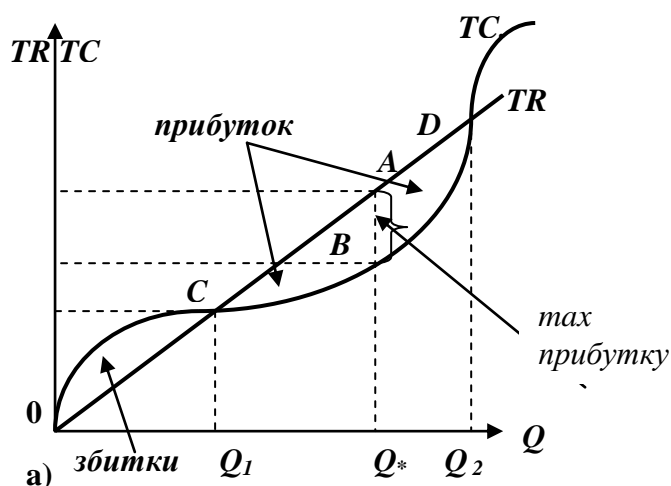


Рис. 9.4. Визначення оптимального обсягу виробництва (продажу)
конкурентної фірми.

Отже, пристосування фірми в короткостроковому періоді відзначене наступним:

1. Якщо ринкова ціна менша за мінімальні середні змінні витрати $P < AVC_{\min}$, фірма не функціонує (закривається), проте в галузі залишається;
2. Якщо ринкова ціна не менша за мінімальні середні змінні витрати $P \geq AVC_{\min}$, фірма функціонує і максимізує прибуток (мінімізує збитки) при обсязі, який визначається на основі $P = MC$;
3. Якщо ринкова ціна більша за мінімальні середні загальні витрати $P > ATC_{\min}$, фірма одержує економічний прибуток.

У процесі пристосування кожної фірми до ринкової ціни формується рівноважний стан галузі. Встановлення рівноваги галузі означає формування рівноважної ціни і рівноважного обсягу. Рівноважна ціна і рівноважний обсяг – результати взаємодії ринкового попиту та ринкової (галузевої) пропозиції.

На початку нинішнього століття видатний англійський економіст Альфред Маршалл винайшов знаряддя аналізу попиту і пропозиції, якими користуємося і сьогодні. Він обґрунтував, що зміна попиту сприяє більшому пристосуванню ціни під час короткострокового періоду, ніж під час довгострокового. Це твердження можна зрозуміти розрізняючи три часові періоди ринкової рівноваги, що відповідають різним категоріям витрат: **миттєву рівновагу**, при якій пропозиція стала; **короткострокову рівновагу**, коли фірми можуть збільшувати обсяг продукції на певних підприємствах і з певними виробничими потужностями; **тривалу**, коли всі фактори змінні, бо фірми можуть відмовитися від старих підприємств і збудувати нові, або нові фірми в галузі можуть виникнути, а старі – зникнути.

9.3. Механізм моделі ринку досконалої конкуренції у довгостроковому періоді

У довгостроковому періоді розглядається поведінка не окремої фірми досконалого конкурента, а взаємодія всіх фірм на даному ринку, тобто в галузі. Тут відбуваються наступні процеси:

- діючі фірми регулюють свій обсяг і витрати;
- деякі фірми залишають галузь, якщо після того регулювання не вдається відшкодувати мінімальні середні загальні витрати;
- в галузі з'являються нові фірми, приваблені тим, що деякі діючі фірми в короткостроковому періоді одержують економічний прибуток.

Необхідно підкреслити, що для пристосування діючих фірм в довгостроковому періоді характерним є наступне:

1. Фірма регулює обсяг і максимізує прибуток за умови рівності ринкової ціни і граничних витрат довгострокового періоду $P = LRMC$;
2. Фірма змінює свої розміри і мінімізує витрати, рухаючись уздовж лінії середніх витрат довгострокового періоду $LRAC$;
3. Фірма залишає галузь, якщо ринкова ціна менша мінімальних середніх витрат довгострокового періоду $P < LRAC_{min}$.

У ході пристосування діюча фірма досягає рівноважного стану. В довгостроковому періоді в умовах досконалої конкуренції діюча фірма перебуває в рівновазі, коли у фірми відсутні стимули для зміни обсягу, своїх розмірів та виходу з галузі.

$$P = LRMC = SRAC = LRAC; P = LRAC_{тип} \quad (9.3)$$

Рівноважний стан конкурентної фірми в довгостроковому періоді зображений на рис. 9.5.

У довгостроковому періоді фірма, перебуваючи в рівновазі, одержує **нульовий економічний прибуток**, тому що $P = LRAC_{тип}$. Це і є так званий **"парадокс прибутку"**, тоді, як у короткостроковому періоді можна отримувати економічний прибуток, коли середні загальні витрати можуть бути менші за ринкову ціну $SRAC < P$.

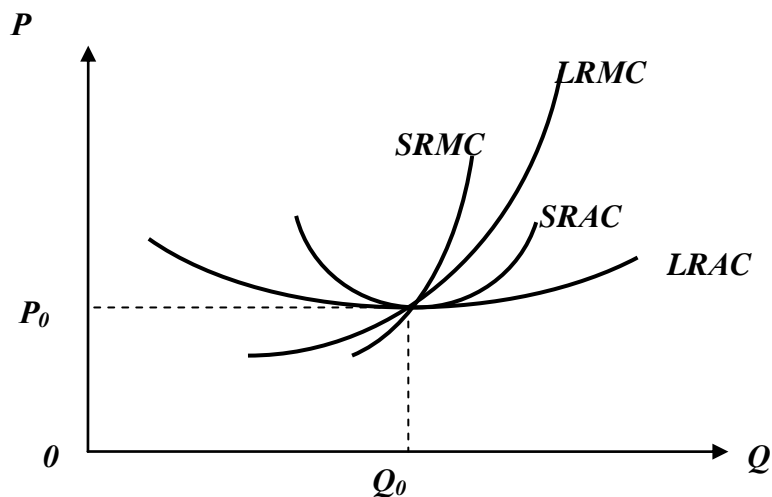


Рис. 9.5. Рівновага конкурентної фірми в довгостроковому періоді

Вступ в галузь ліквідує прибутки (при $P > AC$) , а масовий відтік фірм ліквідує збитки (при $P < AC$) . Тому для конкурентного ринку довгострокового періоду характерна **рухомість ринкового попиту й пропозиції**. Сприятливе зрушення у попиті порушить первісну рівновагу і викличе економічні прибутки. Але прибутки спонукають нові фірми увійти в галузь, збільшуючи пропозицію і знижуючи ціну продукту, поки економічні прибутки знову не стануть нульовими. Навпаки, несприятлива зміна попиту порушить первісну рівновагу і викличе збитки. Але збитки змусять фірми залишати галузь, зменшуючи пропозицію і збільшуючи ціну продукту до тих пір, поки всі збитки не зникнуть.

Крива пропозиції конкурентної фірми в довгостроковому періоді – це крива, що показує обсяг випуску продукції, який фірма буде виробляти при кожному значенні ціни, щоб досягти максимізації прибутку на довгостроковому інтервалі.

Довгострокова ринкова пропозиція визначається шляхом складання обсягів пропозиції всіх фірм, які потенційно існують на ринку і дорівнює сумарному обсягу продукції, що виробляється та поставляється на ринок фірмами по будь-якій можливій ціні. А її крива залежить від зміни на довгому

інтервалі рівня витрат галузі по мірі розширення обсягів випуску продукції. В залежності від цього вона може мати доданий або від'ємний нахил.

9.4. Ефективність і справедливість ринку досконалої конкуренції

Ринок вільної (досконалої) конкуренції виступає регулятором суспільного виробництва, тому що він:

- а) поєднує (через врівноваження попиту і пропозицій та ціни) економічні інтереси виробників і споживачів, забезпечуючи зразу двом вигреш (надлишок);
- б) орієнтує всю економіку на споживача, його платоспроможні потреби;
- в) забезпечує досягнення найвищої ефективності.

Лауреат Нобелівської премії з економіки (1988) М. Алле у книзі "В пошуках економічної дисципліни" (1943) довів два фундаментальні положення, які увійшли в економічну науку, як теореми еквівалентності: всяка рівноважна ситуація ринкової економіки є ситуацією максимальної ефективності і, навпаки, всяка ситуація, максимальної ефективності є рівноважною ситуацією ринкової економіки.

Вище розглянута нами рівність $P = LRMC = LRAC_{\text{тип}} = SRAC$ варта уваги і тим, що дозволяє оцінити ринок досконалої конкуренції з позиції ефективності використання обмежених ресурсів.

Розрізняють **ефективність розподілу ресурсів і виробничу ефективність**. **Ефективність розподілу ресурсів** означає такий розподіл економічних ресурсів між фірмами і галузями, який забезпечує виробництво (продаж) продукту необхідного обсягу та складу. **Виробнича ефективність** означає, що продукція необхідного обсягу і складу виробляється (продається) найбільш економічним способом.

У довгостроковому періоді, як було показано вище, виникає ситуація "**не прибутку, не збитків**", яка в економічній теорії отримала назву "**оптимуму Парето**". Згідно з ним, розподіл ресурсів є оптимальним тоді, коли неможливо поліпшити становище суб'єкта економічних відносин, не погіршуючи водночас

добробуту хоча б одного з решти суб'єктів. Оптимум пов'язується з таким використанням ресурсів, за якого підвищується добробут принаймні однієї людини без заподіяння шкоди іншим.

Але ринок досконалої конкуренції має і недоліки:

1. Адже конкурентна фірма виробляє лише те, що у неї купують. Фірма не стане виробляти громадські товари, за які не має можливості отримати відшкодування від споживача. Тому ринковий механізм у сучасній економіці доповнюється державним регулюванням.

2. Орієнтація конкурентної фірми на максимізацію прибутку призводить до конфлікту між поточними і перспективними цілями (ефект Робін Гуда).

3. Ефективність нерідко протистоїть справедливості. Скажімо, за П. Самуельсоном економіка може бути високоефективною та забезпечувати велику кількість гармат і масла з її ресурсів. Проте багаті споживають масло або згодують своїм собакам, тоді як гармати просто захищають масло багатих. Суспільство може вирішити пожертвувати ефективністю, щоб забезпечити більшу справедливість.

Однак навіть з перерахованими недоліками ринок досконалої конкуренції є найефективнішою моделлю ринку. Але саме ця модель у чистому вигляді зустрічається досить рідко. В Україні вона повною мірою може проявитися тільки за умов здійснення реформ націлених на справжнє формування соціально ринкової економіки.