

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ЛЬОТНИЙ КОЛЕДЖ**

Циклова комісія економіки та управління

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

**з навчальної дисципліни «Мікроекономіка»
обов'язкових компонент
освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

Облік і аудит

за темою № 9 - Ринок досконалої конкуренції

Харків 2021

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 23.09.21 № 8

СХВАЛЕНО

Методичною радою
Кременчуцького льотного
коледжу Харківського
національного університету
внутрішніх справ
Протокол від 22.09.21 № 2

ПОГОДЖЕНО

Секцією науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол від 22.09.21 № 8

Розглянуто на засіданні циклової комісії економіки та управління, протокол від 31.08.21 № 1

Розробники: викладач циклової комісії економіки та управління, спеціаліст вищої категорії, викладач – методист Бондаренко Л.Ф.

Рецензенти:

1. Голова циклової комісії економіки та управління КЛК ХНУВС, к.е.н., спеціаліст вищої категорії, викладач – методист, Цимбалістова О.А.
2. Професор кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, д.е.н., професор Дружиніна В.В.

План лекцій:

1. Основні ознаки моделі ринку досконалої конкуренції.
2. Попит на продукцію конкурентної фірми та максимізація її прибутку.
3. Ринкова поведінка підприємства в короткостроковому періоді.
4. Рівновага конкурентної фірми в довгостроковому періоді.
5. Ефективність ринку досконалої конкуренції.

Рекомендована література:

Основна література:

1. Базилевич В.Д. Мікроекономіка Практикум. Навчальний посібник – Київ, 2010 – 294с.
2. Старчик Н.В., Носач І.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник – Кременчук, 2012 – 287 с.
3. Рудий М.М. Мікроекономіка: Навчальний посібник – К.: Каравела, 2012 – 360 с.
4. Наливайко А.П. Мікроекономіка: Підручник – К.: КНЕУ, 2011. -446 с.
5. Наливайко А.П. Практикум з мікроекономіки до підручника з Мікроекономіки. Навчальний посібник – К.: КНЕУ, 2013. – 522 с.
6. Панчишин С.М. Аналітична економія: Макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: у 2-х кн. / За ред. С.М. Панчишина. — К.: Знання, 2013. — 615 с.
7. Пилипенко П.П. Мікроекономіка. Курс лекцій: Навчальний посібник. — Львів: Новий світ – 2000, 2012. – 280 с.
8. Буряк П.Ю. Мікроекономіка: Підручник– К.: «Хай – Тек прес» - 2012. –560 с.

Допоміжна література:

1. Тарасевич В.М. Економічна теорія. Мікроекономіка. Підручник – К.: Знання, 2012 - 134с.
2. Поплавська Ж.Б. Мікроекономіка. Навчальний посібник – К.: Алерта, 2011 – 272 с.
3. Білецька Л. В. Економічна теорія: політекономія, мікроекономіка, макроекономіка. К.: ЦУЛ, 2009.- 175с.
4. Пилипенко В. В. Мікроекономіка: Курс лекцій. Львів: Новий світ, 2012.
5. Кундєєва Г. О. Мікро- і макроекономіка: навчально – методичний посібник. — К. : НУХТ, 2011. — 222 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

1. Офіційний портал Верховної Ради України: Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

1. Основні ознаки моделі ринку досконалої конкуренції

Вибираючи масштаби виробництва, виробники керуються мотивом максимізації прибутку. Проте, динаміка доходу (TR), як одного з вирішальних факторів прибутку, багато в чому залежить від ринкової ситуації, насамперед від переважного типу конкуренції:

Залежно від конкурентного середовища ринки поділяються на 4 групи:

- чиста (досконала) конкуренція;
 - монополістична конкуренція;
 - олігополія;
 - чиста монополія.
- } недосконала конкуренція

Виходячи з цього, слід розглянути проблему вибору обсягів виробництва та максимізація прибутку для кожної ринкової ситуації.

Найважливішими ознаками, за якими виділяються різні моделі ринку є:

- кількість фірм продавців на ринку даного товару та їх розмір;
- тип продукту, що пропонується для продажу;
- можливості контролю за цінами з боку продавців;
- умови вступу в галузь додаткових виробників та вигоду з неї;
- метод конкуренції, який переважає на цьому ринку;
- доступ до інформації.

Для ринку чистої (досконалої) конкуренції ці ознаки такі:

- дуже багато продавців, які на рівних умовах конкурують між собою.

Частка кожного з них на ринку настільки мала ($< 1\%$), що будь-які його дії (зміна обсягу продажу, зміна ціни) ніяк не впливають на ринкову ситуацію.

Такі умови досить рідкісні (взагалі досконала конкуренція – це числа теоретична модель).

Умовним прикладом ринку досконалої конкуренції є ринок сільськогосподарської продукції (біржові торги, продаж іноземної валюти).

Фірми-виробники – невеликі.

- стандартна продукція
- відсутність можливості у кожної фірми-виробника впливати на ринкову ціну
- вільний вступ до галузі та вихід з неї. Ринок буде конкурентним лише тоді, коли не існуватиме ніяких законодавчих, технологічних, фінансових та інших перешкод, що могли б завадити появі чи зникненню фірм.
- відсутність нецінової конкуренції. Оскільки на ринку досконалої конкуренції товари стандартні, то підстав до нецінової конкуренції (боротьба за якість продукції) немає
- інформація про ціни, технологію та ймовірний прибуток легко доступна.

Таким чином, ринку досконалої конкуренції – це ринок, на якому діє велика кількість продавців і покупців стандартизованої продукції, і не один з них не може контролювати ціну товару.

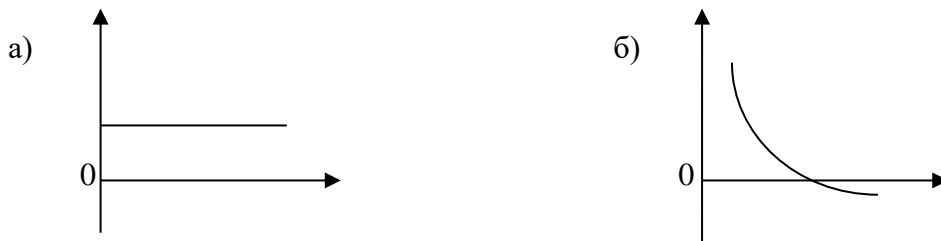
Як вже вказувалося раніше, досконала конкуренція – це теоретична модель.

Чому ж її треба аналізувати? Тому що:

- для пізнання складніших ринкових ситуацій (ринки недосконалої конкуренції) треба починати аналіз найпростіших варіантів (ринку досконалої конкуренції)
- існує кілька сфер (ринок сільськогосподарської продукції), де ситуація схожа на досконалу конкуренцію.

2. Попит на продукцію конкурентної фірми та максимізація її прибутку

В умовах чистої конкуренції фірма не може проводити власної цінової політики. Вона використовується до тих цін, які на даний час склалися на ринку даного товару, тому фірму досконалого конкурента називають ціноодержувачем. На відміну від ринкового попиту, крива попиту, з якою стикається окремий конкурентний виробник, абсолютно еластична, тобто скільки б продукції не запропонував виробник до продажу, це ніяк не вплине на ринкову ціну.

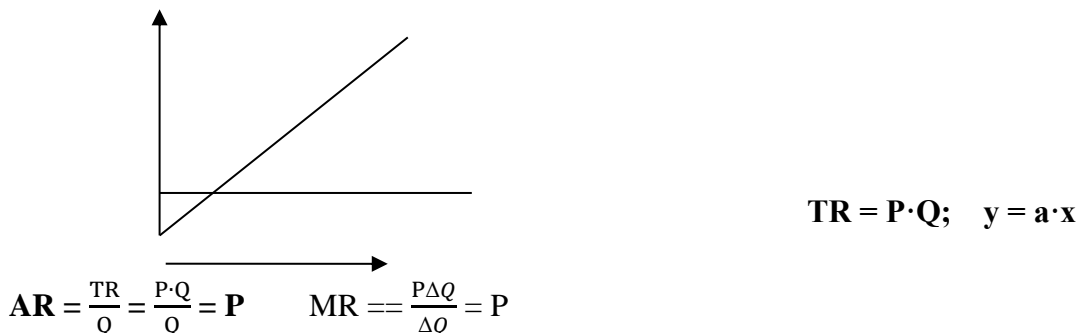


Відмінності ринкового попиту (б)
та попиту конкурентного виробника (а)

Особливості попиту на продукцію конкурентної фірми виявляється через наступні показники:

- сукупна виручка (TR)
- середня виручка (AR)
- гранична виручка (MR)

Залежність зміни перелічених показників від обсягу виробництва продукції зображено на рисунку 2.



Відмінність між ринковим попитом та попитом щодо окремої конкурентної фірми ніби ще раз попереджає дослідника про помилковість досить поширеного

твердження; те, що справедливо щодо окремого учасника асоціації, завжди справедлива і щодо усієї асоціації (кількість переходить в якість).

З'ясування загальних ознак конкурентного ринку (тобто ринку досконалої конкуренції) та особливостей функціонування на ньому фірми і формування її доходів дає досить підстав для розробки моделі вибору фірмою обсягів виробництва, які забезпечують їй максимальний прибуток.

3. Ринкова поведінка підприємства в короткостроковому періоді

Аналітично пошук максимального прибутку полягає в максимізації функції однієї змінної. Маємо справу з функцією прибутку $\Pi(Q)$. В точках екстремумів похідна функції дорівнює 0.

$$\Pi(Q) = TR(Q) - TC(Q)$$

$$(\Pi(Q)) = (TR(Q)) - (TC(Q))$$

Похідна сукупної величини – це гранична величина.

$$(\Pi(Q)) = MR - MC;$$

$$MR - MC = 0$$

$$\boxed{MR = MC}$$

Це рівняння одержало назву правила визначення обсягів виробництва, або умови максимізації прибутку фірми.

Таким чином, точкою рівноваги буде обсяг виробництва, при якому $MR = MC$.

Для ринку досконалої конкуренції ця рівність перетворюється в:

$$\boxed{MR = MC = AR = P}$$

Точка беззбитковості – це обсяг виробництва (Q), при якому прибуток нульовий ($\Pi = 0$, тобто $TR = TC$) (натуральний вимір).

$$\Pi = TR - TC$$

$$TR - TC = 0$$

$$P \cdot Q - (FC + AVC \cdot Q) = 0$$

$$PQ - AVC \cdot Q = FC$$

$$Q(P - AVC) = FC$$

$$\boxed{\frac{FC}{P - AVC}}$$

- формула розрахунку точки беззбитковості (маржинальний дохід від одиниці продукції)

Поріг беззбитковості – це виручка, якої достатньо тільки для покриття витрат (це точка беззбитковості у вартісному вимірі).

Річний маржинальний дохід – це річний прибуток + річні постійні витрати.

$$TR - VC = \Pi + FC$$

Для побудови моделі поведінки виробника потрібно дати відповідь на наступні питання:

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

Оскільки у короткостроковому періоді капітал залишається незмінним, то пристосування обсягів виробництва фірм до ринкових умов для максимізації прибутку чи мінімізації збитку досягається маневруванням змінними витратами (VC).

В мікроекономіці існує 2 підходи до пошуку відповідей на попередні питання: сукупний аналіз і граничний аналіз.

Сукупний аналіз

Підприємство виробляє продукцію, якщо це приносить йому економічний прибуток, або якщо збитки будуть меншими ніж у разі повного припинення виробництва:

1. Якщо $TR > TC$, то фірма вирішує завдання максимізації прибутку. Якщо $TR < TC$, то фірма мінімізує збитки.

Якщо фірма припинить виробництво(збиткова фірма), то її збитки дорівнюватимуть постійним витратам (FC), тому якщо збитки від виробництва менші ніж постійні витрати, таке виробництво потрібне.

$$TC - TR < FC \text{ або } FC + VC < TC + FC$$

$TR > VC$

Таким чином, при виконанні цієї умови слід тимчасово продовжувати збиткове виробництво.

Фірма частково покриває постійні витрати, а при припиненні виробництва постійні витрати зовсім не покриваються. Збиткове виробництво можна розглядати лише як тимчасове явище, як перепочинок, що бере фірма для прийняття кардинальних рішень («мозковий штурм»), спрямованих на усунення збиткової роботи (усунення постійних витрат, припинення виробництва взагалі або зниження витрат і отримання прибутку).

2. Виробляти потрібно такий обсяг продукції, який максимізує прибутки або мінімізує витрати. $MC=MR$

3. Економічний прибуток чи збиток дорівнюють різниці між сукупною виручкою і сукупними витратами: $\Pi = TR - TC$

Граничний аналіз

При граничному аналізі переходимо на аналіз по одиниці продукції.

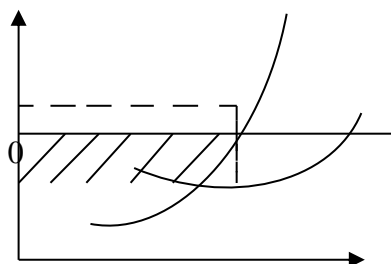
$$\frac{TR}{Q} > \frac{VC}{Q}$$

$$P > AVC$$

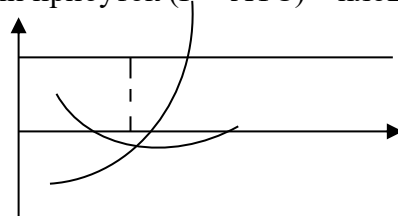
Таким чином, умова закриття фірми (універсальне правило ринку) $P < AVC$

Точка закриття фірми $P = AVC$

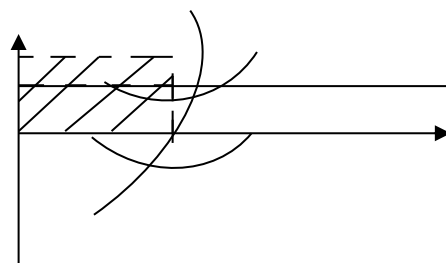
Можливі випадки прибутковості діяльності фірми в короткостроковому періоді показані нижче.



а)економічний прибуток ($P > ATC$) – площа заштрихованого прямокутника



б)нормальний прибуток ($P = ATC_{min}$)



в)економічні збитки ($AVC < P < ATC$)

*Модель прийняття рішень з максимальним зиском
конкурентної фірми в короткостроковому періоді*

| Питання | 1-й підхід | 2-й підхід |
|---|---|---|
| Чи варто виробляти? | Так, якщо $TR > TC$ або $TC - TR < FC$ ($TR > VC$) | Так, якщо $P > AVC$ |
| Який обсяг продукції варто виробляти? | $TR - TC - \max$ $TC - TR - \min$ | $MC = MR$ |
| Чи одержить фірма економічний прибуток? | Так, якщо $TR > TC$ Ні, якщо $TR < TC$ | Так, якщо $P > ATC$ Ні, якщо $P < ATC$ |

4. Рівновага конкурентної фірми в довгостроковому періоді

Умовою рівноваги фірми в довгостроковому періоді при досконалій конкуренції є: (умова максимізації прибутку фірми)

$$MC = MR = AR = P (=AC)$$

При недосконалій конкуренції («чистій монополії»):

$$MC = MR < AC < P$$

Крива MC перетинає криві AVC і AC в точках їх мінімумів.

Перехід до аналізу довгострокового періоду потребує переходу від аналізу поведінки окремої фірми до з'ясування взаємодії фірм в процесі формування ринкової пропозиції і ринкової ціни.

Рівновага в довгостроковому періоді досягається при встановленні наступної рівності: (умова рівноваги фірми, Q-max)

$$MC = MR = P = ATC_{min}$$

Фірма, що зазнає збитків у довготерміновому періоді, має перепрофілювати виробництво або припинити свою діяльність (вийти з галузі). Економічний прибуток у тривалому періоді приваблюватиме до галузі нові підприємства. Ринкова ціна продукту на ринку досконалої конкуренції в довгостроковому періоді встановлюється на рівні мінімальних середніх витрат.

$$P = ATC_{min}$$

5. Ефективність ринку досконалої конкуренції

Конкурентна фірма може мати економічний прибуток лише у короткостроковому періоді. У довгостроковому періоді вона просто покриває свої витрати, тобто одержує нормальний прибуток ($\Pi = 0$) (нульовий економічний прибуток).

Більшість економістів підтримують думку, що чисто конкурентна економіка веде до найбільш ефективного використання обмежених ресурсів суспільства, тобто економіка конкурентних цін прагне розподілити обмежену кількість ресурсів так, щоб максимізувати задоволення потреб.

Умова довгострокової рівноваги слугує основним доказом того, що економіка конкурентних цін прагне використати обмежені ресурси суспільства ефективно.

Ефективне використання ресурсів вимагає виконання двох умов: виробничої ефективності та ефективного розподілу ресурсів.

Виробнича ефективність досконалої конкуренції виходить з умови довгострокової рівноваги:

$$P = ATC_{min},$$

Конкуренція примушує фірми виробляти в точці мінімальних середніх витрат виробництва і встановлювати ціну, яка відповідає цим витратам. Отже у виробництві кожного даного продукту використовується мінімум ресурсів.

Ефективність розподілу ресурсів за умов досконалої конкуренції виходить з правила:

$$P = MC$$

графічно це точка перетину лінії ціни (тобто графіка попиту) і графіка граничних витрат (він є графіком пропозиції). У рівноважній ситуації ринок досконалої конкуренції виробляє таку кількість продукції, що відповідає точці перетину графіків попиту і пропозиції. Це означає, що виробництво повинно бути не тільки технологічно ефективним, але й створювати в сукупності такий набір товарів, який максимально задовольняє потреби та уподобання споживачів.

Отже, конкуренція змушує виробників вибирати найефективніші технології, які дозволять виробляти продукцію з найменшими витратами. Конкурентний ринок перерозподіляє економічні ресурси так, що вони застосовуються в тих галузях, де віддача від них є найбільшою, а набір товарів задовольняє всі уподобання споживачів.

В економіці, де всі ринки чисто конкурентні і відсутній зовнішній вплив, питання про те, що виробляти, вирішується автоматично.

Разом з тим економісти виділяють ряд факторів, що перешкоджають досягненню ефективності в конкурентній економіці:

1. Обмеженість саморегулювання ринкового механізму полягає в тому, що конкурентна фірма виробляє тільки ті товари, які будуть оплачені, і не враховує потреби малозабезпечених верств населення.
2. Розподіляючи ресурси, конкурентна модель не враховує зовнішні ефекти, тобто не враховує форми економічної діяльності, що можуть завдати шкоди оточуючим, не враховує також виробництво суспільних благ.
3. Ринки чистої (досконалої) конкуренції не завжди забезпечують швидкі темпи науково-технічного прогресу.
4. Економіка чистої конкуренції не завжди забезпечує розробку нових товарів і достатній діапазон споживчого вибору, бо передбачає випуск однорідної продукції більшістю фірм.