

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний університет внутрішніх справ**  
**Сумська філія**  
**Кафедра соціально-економічних дисциплін**

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

з навчальної дисципліни **Мікроекономіка**  
вибіркових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**081 Право (право)**

**за темою – Ринок досконалої конкуренції**

**Суми 2023**

### **ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол № 7 від 30.08.2023р.

### **СХВАЛЕНО**

Вченою радою Сумської філії  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол № 8 від 29.08.2023р.

### **ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та  
соціально-економічних дисциплін  
Протокол № 7 від 29.08.2023р.

Розглянуто на засіданні кафедри соціально-економічних дисциплін  
Протокол № 2 від 29.08.2023

### **Розробник:**

Доцент кафедри соціально-економічних дисциплін Сумської філії ХНУВС,  
кандидат наук з державного управління, доцент **Дементов В.О.**

### **Рецензенти:**

1. Викладач вищої категорії Сумського фахового коледжу економіки і торгівлі,  
кандидат економічних наук, доцент **Онiщенко М.Л.**
2. Доцент кафедри соціально-економічних дисциплін Сумської філії ХНУВС,  
кандидат економічних наук, доцент **Виганяйло С.М.**

## **План лекції:**

1. Особливості ринку досконалої конкуренції.
2. Поведінка конкурентної фірми у короткостроковому періоді. Умовамасимізації прибутку.
3. Рівновага конкурентної фірми в довготерміновому періоді.

## **Література:**

1. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка: Підручник: [у 2 кн.] / [С. М. Панчишин, П. І. Островерх, В. Б. Буняк та ін.] / За ред. Панчишина С. М., Островерха П. І. К.: Знання, 2019. Кн. 2: Мікроекономіка. 437 с.
2. Будаговська С., Кілієвич О., Луніна І. та ін. Мікроекономіка і макроекономіка. Підручник. К.: Основи, 2019.- 517 с.
3. Ватаманюк О. Мікроекономіка. Навчальний посібник. К.: Кондор, 2020.192 с.
4. Веріан Г.Р. Мікроекономіка: проміжний рівень. Сучасний підхід: Підручник / Пер. з англ. С. Сухая. К.: Лібра, 2019. 632 с.
5. Економічна теорія: навч. посіб. / Н. М. Каменева, М. В. Косич, О. І. Фролов, О. Ю. Александрова. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 163 с.
6. Економічна теорія: підручник / В. Д. Лагутін, Ю. М. Уманців, Т. А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В. Д. Лагутіна. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 608 с.
7. Економічна теорія: політична економія: Підручник / За ред. С.І. Юрія. Ч.2. Теоретичні основи підприємницької діяльності: мікроекономічний аналіз. К.: Кондор, 2018. 613 с.
8. Карагодова О.О., Черваньов Д.М. Мікроекономіка: Навч. посібник. К., 2017.- 204 с.
9. Косік А.Ф., Гронтковська Г.Е. Мікроекономіка. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 415 с.
10. Кулішов В.В. Мікро-, макроекономіка. Підручник. – К.:Магнолія,2016.484 с.
11. Кулішов В.В. Мікроекономіка : основи теорії і практикум : навч. посіб. - Львів : Магнолія 2006, 2018. - 331 с.
12. Курс мікроекономіки : Навчальний посібник для студентів спеціальностей «Економіка», «Облік і оподаткування», «Менеджмент», «Маркетинг», «Підприємство, торгівля та біржова діяльність» / За ред. С.І. Архієреєва. – Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2019. – 156 с.
- 13.Мартин О.М. Мікроекономіка: теорія, тести, задачі. Частина І: навчальний посібник. Львів : ЛДУ БЖД, 2021. 271 с.
- 14.Мікроекономіка: Навч. посібник / Н. М. Каменева, М. В. Косич, О. Ю. Александрова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. – 305 с.,
- 15.Мікроекономіка : навч. посіб. - Харків : УкрДУЗТ, 2022. - 305 с

16. Мікроекономіка: навчальний посібник. Укл: С.В. Бойда. Чернівці: Чернівець. нац. унів-т., 2021. 176 с.

17. Мікроекономіка: Підручник / [В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич, А. І. Ігнатюк та ін.] / За ред. Базилевича В. Д. К.: Знання, 2017. 677 с. (Класичний університетський підручник).

18. Мікроекономіка. Навчальний посібник / За ред. В.В. Козюка, Р.М. Березюка, О.П. Шиманської. Тернопіль, 2017. 495 с.

19. Мікроекономіка : навч.-метод. посіб. : рекомендовано МОН України / О.В. Калініченко, Л.М. Березіна. - Київ : Центр учб. літ., 2016. - 472 с.

20. Павленко І. М. Мікроекономіка: Навч. посібник. К, 2019. 286 с.

21. Піндайк Р. С. Мікроекономіка / Р. С. Піндайк, Д. Л. Рубінфелд.; пер. з англ. А. Олійник і Р. Скільський. К.: Основи, 2018. 646 с.

22. Пода А.К., Вашків О.П., Куц Л.Л. Мікроекономіка: Навч. посібник. - К: ІСДО, 2020. 156 с.

## 1. Особливості ринку досконалої конкуренції

Ринкова структура – сукупність економічних умов, які суттєво впливають на поведінку конкретного споживача або виробника.

Важливою характеристикою ринку є його **конкурентність** – здатність окремої фірми впливати на ринок товару і, в першу чергу, на ціну товару.

Теорію досконалої конкуренції розробив французький економіст І.Вальрас у другій половині XIX ст., що вважається класичною в економічній науці.

Ринок вважається **досконало (чисто, абсолютно) конкурентним**, коли жодна фірма галузі не в змозі змінити ринкову ситуацію. Вона не впливає на загальні умови функціонування ринку та на ціни. Фірми, які діють на конкурентному ринку називаються конкурентними фірмами.

### Характерні риси конкурентного ринку:

- велика кількість малих за розміром фірм;
- продукція, що продається на ринку, є однорідною, **товари є досконалими субститутами, криві байдужості для споживачів мають вигляд прямих;**

- жоден продавець не може істотно впливати на ціну товару;
- вільний вхід у галузь та вихід з неї;
- повне інформування усіх учасників економічного процесу про ринки та про дії конкурентів;
- існує лише цінова конкуренція.

Сукупність фірм, які виробляють близьку за споживчими характеристиками продукцію, утворюють **галузь**. Якщо така продукція однорідна, а фірми конкурентні, тоді і **галузь буде конкурентною**

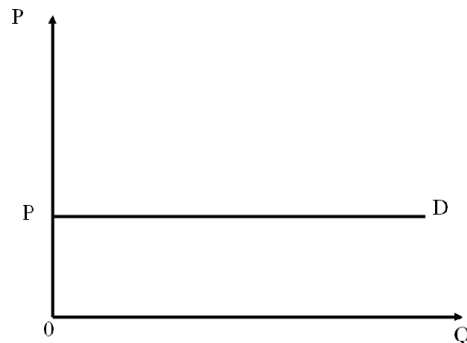
У миттєвому та короткостроковому періодах кількість підприємств у галузі є постійною, а у довгостроковому – змінною.

## 2. Поведінка конкурентної фірми у короткостроковому періоді. Умова

### максимізації прибутку

Конкурентна фірма є «**ціноотримувачем**», цілком знаходиться під владою ринку. Тому **попит на продукцію** конкурентної фірми є **абсолютно еластичним**, графічно має вигляд **горизонтальної лінії на рівні ринкової ціни**

### Крива попиту конкурентної фірми



Для **галузі лінія попиту** має звичайний «спадний» характер.  $N = Q_d$  г /  $Q_d$  ф

Мета конкурентної фірми – **максимізувати економічний прибуток**:  $EP = TR - TC$ .

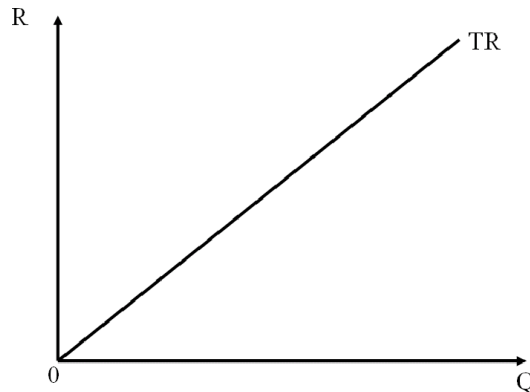
**Основні показники, що характеризують доходи фірми:**

**Сукупний виторг (дохід) (виручка)** – це сума грошей, отриманих від продажу продукції на ринку.

**Сукупний виторг є лінійною функцією відносно обсягу проданої продукції** (промінь, що виходить з початку координат).

$$TR = P \cdot Q, \text{ звідки } EP = PQ - TC.$$

### **Крива сукупного виторгу конкурентної фірми**



**Середній виторг (виручка)** – це виторг від реалізації одиниці продукції:  $AR = TR/Q = PQ/Q = P$ . Середній виторг дорівнює ринковій ціні, а крива середнього виторгу співпадає з кривою попиту.

**Граничний виторг (виручка)** – це зміна сукупного виторгу ( $\Delta TR$ ) в результаті продажу додаткової одиниці продукції ( $\Delta Q$ ):

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta PQ}{\Delta Q} = P$$

Крива попиту на продукцію окремого підприємства в умовах досконалої конкуренції є одночасно і кривою його середньої та граничної виручки.  **$D = P = AR = MR$ .**

Для обчислення економічного прибутку (EP) фірмі потрібна інформація про ціну (P), обсяг виробництва (Q) і витрати (TC). Оскільки ціна фіксована, **основним фактором, що визначає обсяги випуску конкурентної фірми, є витрати**, які зазнають впливу закону спадної віддачі.

Порівнюючи сукупний виторг з сукупними витратами на кожному обсязі випуску, а також ринкову ціну з середніми та граничними витратами, **фірма**

**приймає рішення: чи виробляти продукцію** взагалі, а якщо виробляти, то скільки, і визначає, яким буде результат діяльності.

У **короткостроковому періоді** фірмі **варто виробляти продукцію**, якщо вона **отримує економічний прибуток**, або коли **сума збитків менша, ніж постійні витрати**, величина яких визначає збитки у випадку закриття. Фірмі варто припинити виробництво, коли **збитки перевищують постійні витрати** (мінімальні збитки дорівнюють постійним витратам, коли фірма нічого не виробляє).

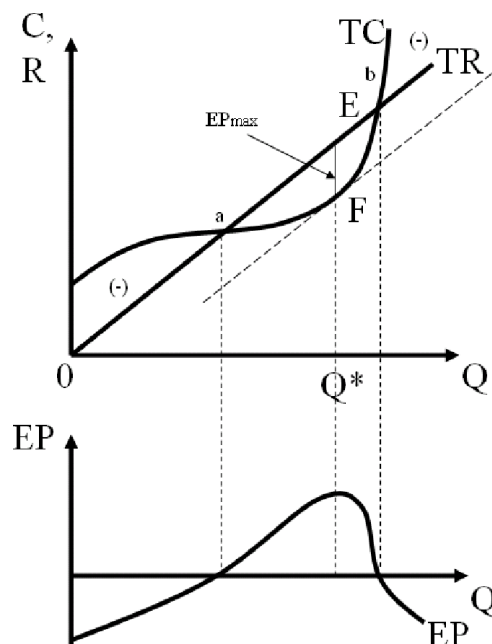
Якщо фірма прийме рішення виробляти продукцію, то вона повинна вибрати **оптимальний обсяг випуску**: який **максимізує прибуток** (у разі прибутковості), або **мінімізує збитки** (у разі збитковості).

### **Підходи до визначення оптимального обсягу**

порівняння сукупного виторгу і сукупних витрат (**модель TRTC**);  
порівняння граничного виторгу і граничних витрат (**модель MRMC**).

Аналіз цих моделей дозволяє **обґрунтувати загальне правило максимізації прибутку для фірми**, що функціонує в будь-якій ринковій структурі

### **Модель TRTC**

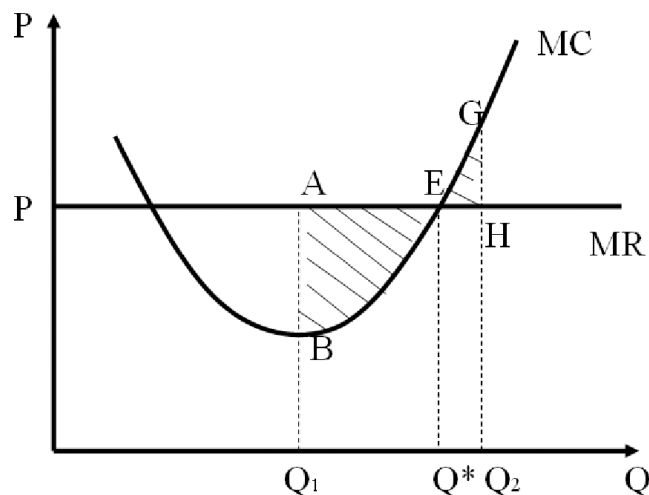


На відрізку  $ab$  – зона прибутковості фірми.  $a$  і  $b$  – точки критичного обсягу випуску, або точки беззбитковості ( $EP=0$ ). На обсязі, де відстань між кривими  $TR$  і  $TC$  по вертикалі є найбільшою, сума економічного прибутку максимізується. В точці, де дотична до  $TC$  паралельна лінії  $TR$  (точка  $F$ ), сума економічного прибутку максимальна. На обсязі  $Q^*$  кути нахилу кривих  $TR$  і  $TC$  однакові, тобто  $\Delta TR / \Delta Q = \Delta TC / \Delta Q$  або  $MR=MC$ .

**Загальне правило вибору оптимального обсягу виробництва, або загальна умова максимізації прибутку:** прибуток максимізується на обсязі, для якого граничний виторг дорівнює граничним витратам:  $MR=MC$ .

**Для конкурентної фірми** загальне правило максимізації прибутку означає вибір такого обсягу випуску, за якого граничні витрати рівні ціні:  $MC=MR=P$ .

### Модель MRMC



Якщо  $MR > MC$  ( $P > MC$ ), то  $Q_1 < Q^*$ , фірмі доцільно збільшити обсяг випуску. Якщо  $MR < MC$  ( $P < MC$ ), то  $Q_2 > Q^*$ , а фірмі доцільно зменшити обсяг випуску. Рівновага фірми, яка максимізує прибуток, встановлюється в точці перетину кривих  $MC$  і  $MR$ .

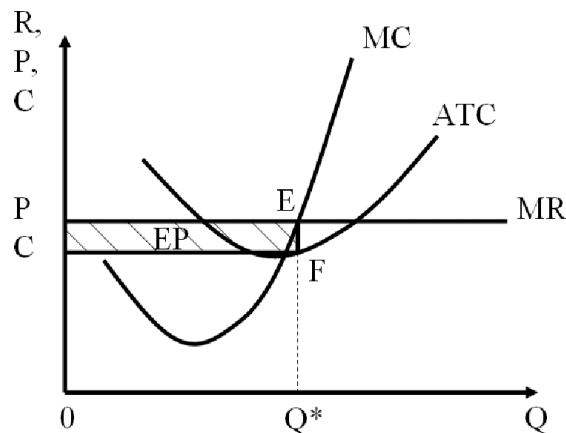
Лінія граничного виторгу може перетинати криву граничних витрат  $MC$  двічі – на низькому і на високому обсягах випуску.

**Рівність  $MC=MR=P$  буде умовою максимізації прибутку лише на висхідному відрізку  $MC$ .**



Рішення про доцільність виробництва фірма може прийняти лише після оцінки прибутковості виробництва.  $EP=TR-TC$ ;  $EP=(TR/Q-TC/Q) Q$ ;  $TR/Q=AR=P$ ;  $TC/Q=ATC$ ;  $EP=(P-ATC)Q$ .

### Модель максимізації прибутку конкурентною фірмою



Сума прибутку на оптимальному обсязі – площа прямокутника PCFE, висота якого дорівнює  $P - ATC$ , а основа – обсягу виробництва  $OQ^*$ .

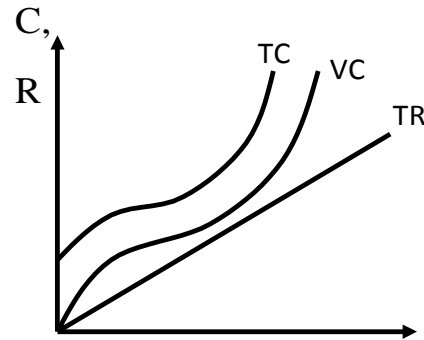
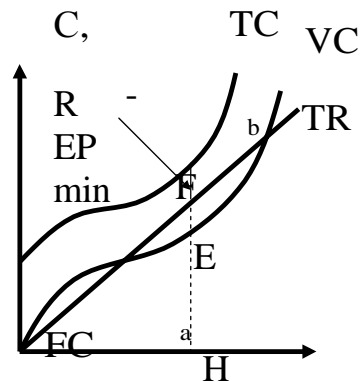
**Мета фірми** – максимізувати загальну суму прибутку, а не прибуток на одиницю продукції. Максимальний прибуток на одиницю продукції фірма одержить в точці перетину ATC і MC, де ATC мінімальні, але ця точка знаходиться ліворуч від оптимального обсягу і виробництво відповідного обсягу не дозволило б фірмі максимізувати сукупний економічний прибуток.

**Умови прибутковості та збитковості конкурентної фірми за моделлю TRTC:**

- фірма **прибуткова**, коли  $TR > TC$ , існують точки перетину лінії сукупного виручку і кривої сукупних витрат;
- фірма **беззбиткова**, коли  $TR = TC$ , що відповідає точці дотику лінії сукупного виручку і кривої сукупних витрат;
- фірма **мінімізує збитки шляхом виробництва**, коли  $TC > TR > VC$ , існують точки перетину лінії сукупного виручку і кривої змінних витрат;
- фірма **мінімізує збитки шляхом закриття**, коли  $TR < VC$  для всіх  $Q$ .

**Мінімізація збитків шляхом виробництва  
збитків шляхом закриття**

**Мінімізація**

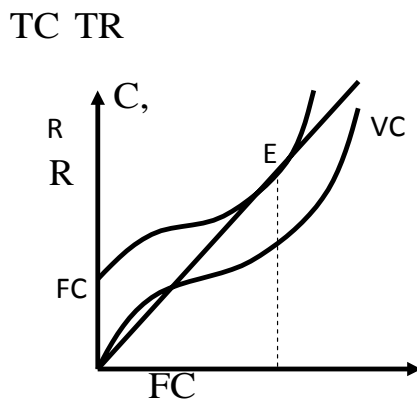


F  
C

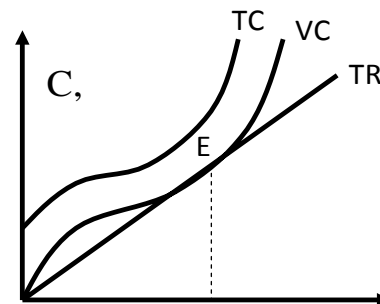
0 Q\* Q

**Ситуація  
беззбитковості**

**Точка закриття**



0 Q\* Q



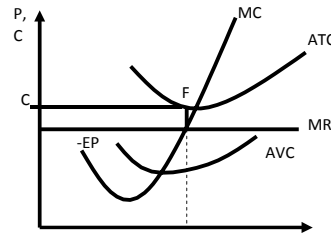
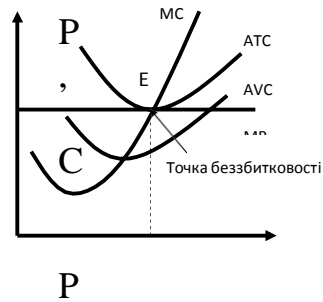
0 Q\* Q

**Умови прибутковості та збитковості конкурентної фірми за моделлюMRMC:**

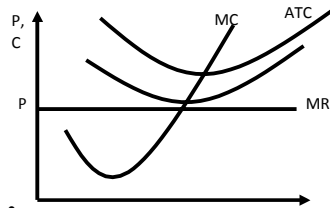
- умова прибутковості:  $P > ATC$ ;
- умова беззбитковості:  $P = \min ATC$ ;
- умова мінімізації збитків шляхом виробництва:  $ATC > P > AVC$ ;
- умова мінімізації збитків шляхом тимчасового припинення виробництва:  $P \leq \min AVC$ ;
- $P = \min AVC$  – точка закриття.

**Ситуація  
беззбитко  
вості**

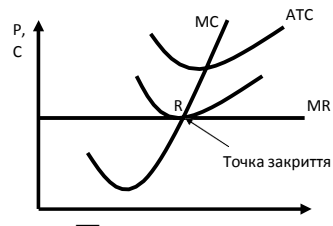
**Мінімізація збитків шляхом  
виробництва**



0 Q\* Q 0 Q\* Q



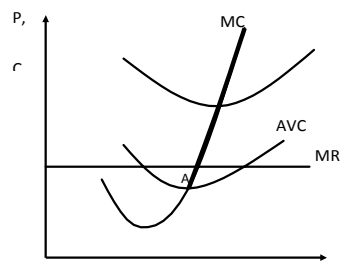
**Мінімізація збитків шляхом закриття**



**Точка закриття**

0 Q 0 Q

**Крива пропозиції фірми у короткотерміновому періоді – відрізок кривої граничних витрат фірми, який лежить вище від кривої середніх змінних витрат;  $P > \min AVC$ .**

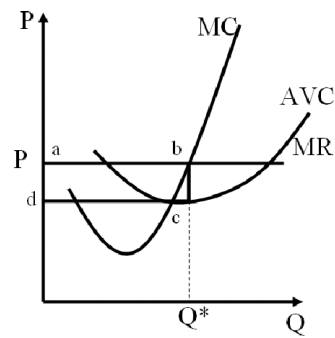


Q

AB – крива пропозиції конкурентної фірми

**Виробничий надлишок фірми** – різниця між сумою виторгу (TR) та сумарними змінними витратами на обсязі  $Q^*$ .

$$BH = TR - VC; BH = (P - AVC)Q; BH > EP.$$



$S_{abcd}$  – виробничий надлишок

**3. Рівновага конкурентної фірми в довготерміновому періоді** Довгостроковий часовий інтервал передбачає: мобільність усіх

виробничих ресурсів та зміну числа фірм у галузі.

У довготерміновому періоді пристосування галузі до потреб ринку відбувається шляхом залучення нових виробників або їх виходу з галузі.

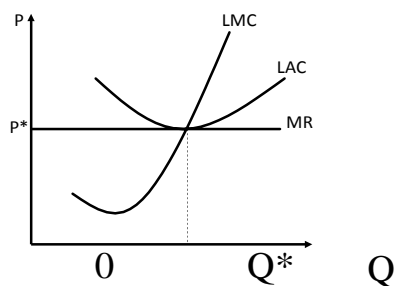
Умовою вступу фірм у галузь є перевищення прибутку в даній галузі над тим, який вони можуть одержати в інших галузях. Якщо ж економічний прибуток у галузі має від'ємне значення і фірми отримують прибуток нижче нормального, вони залишають галузь. Коли ж економічний прибуток у галузі дорівнює нулю, фірми не отримують стимулу для того, щоб входити у галузь або залишати її.

**Зміна рівноважної ціни під впливом зміни пропозиції.**

Якщо ринкова ціна товару дає змогу фірмі отримувати не тільки нормальний, але і економічний прибуток, то це приваблює додаткових виробників. Збільшення кількості виробників при незмінному попиті перемістить криву ринкової пропозиції вправо, що призведе до зниження ціни. Тому вступ до галузі нових виробників ліквідує економічний прибуток.

За умови, коли ринкова ціна не забезпечуватиме отримання навіть нормального прибутку, відбудеться відплив фірм з цієї галузі, а зменшення кількості фірм ліквідує збитки. Такі зміни капіталу в галузі призведуть до встановлення ціни, яка буде забезпечувати відшкодування тільки мінімуму середніх сукупних витрат, тобто фірма отримуватиме нормальний прибуток.

**Рівновага конкурентної  
фірми в  
довгостроковому  
періоді**



**Умовою виробництва продукції** абсолютно конкурентною фірмою у довгостроковому інтервалі є ситуація, коли ціна **не опускається** нижче довгострокових середніх витрат. При ціні, меншій за довгострокові середні витрати, мають місце збитки і вихід фірм із галузі. Коли ж досягається рівність ціни товару і мінімально можливих у довгостроковому періоді середніх витрат виробництва, то стимул для нових фірм вступати у галузь, для функціонуючих фірм – збільшувати обсяг виробництва, відсутній, і досягається **довгострокова конкурентна рівновага**.

**Довготермінова рівновага фірми:  $MR=P=LMC=LAC_{min}$ .**

**Економічний прибуток у довгостроковому періоді тяжіє до нуля. Стратегія довгострокового функціонування фірми на ринку**

- обрати обсяг випуску, для якого  $P=LMC$ ;
- вступити на ринок, якщо  $P>LAC$ ;
- вийти з ринку, якщо  $P<LAC$ .

**Парадокс прибутку** полягає в тому, що можливість отримати економічний прибуток в конкурентній галузі є причиною його зникнення у довгостроковому періоді.

Для досягнення тривалої рівноваги з нульовим економічним прибутком потрібно досить багато часу. В короткостроковому періоді фірма, яка першою встигає увійти в прибуткову галузь, може захопити найбільше економічного прибутку. Ті, хто входять пізніше, вже отримають менше, а остання фірма може не одержати ніякого надприбутку. Так само, фірма, що першою виходить зі збиткової галузі, може зекономити значні суми, які можуть втратити ті, які виходять пізніше.