

ДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ

План:

1. Характеристика та ознаки досконалої конкуренції.
2. Максимізація прибутку конкурентної фірми в короткостроковому періоді на основі моделі TR TC.
3. Максимізація прибутку конкурентної фірми в короткостроковому періоді на основі моделі MR MC
4. Прибутковість, збитковість та припинення виробництва в короткостроковому періоді.
5. Максимізація прибутку в довгостроковому періоді.
6. Крива пропозиції конкурентної галузі.

У сучасних умовах ринкова структура характеризується кількістю та розміром діючих підприємств, особливостями товарів та наявністю або відсутністю бар'єрів входження на ринок.

Враховуючи дані ознаки розрізняють такі різновиди ринкових структур: монополія, двостороння монополія, дуополія, олігополія, монополістична конкуренція, досконала конкуренція, монопсонія, дуопсонія, олігопсонія.

Характерні особливості найбільш типових моделей представлено в табл. 1:

Таблиця 1

Характерні особливості моделей ринку

<i>Характерні риси</i>	<i>Види моделей</i>			
	<i>Досконала конкуренція</i>	<i>Монополістична конкуренція</i>	<i>Олігополія</i>	<i>Монополія</i>
Кількість фірм	дуже багато	багато	декілька	одна
Товар	стандартний	диференційований	стандартний і диференційований	унікальний
Контроль над ціною	немає, ринкове регулювання	незначний	обмежений	значний
Умови вступу до галузі	відсутні бар'єри	відсутні бар'єри	наявні бар'єри	значні бар'єри
Нецінова конкуренція	відсутня	є	є	залежить від політики фірми
Приклади	сільське господарство	роздрібна торгівля, виробництво одягу, взуття	виробництво сталі, авто, побутових приладів	зв'язок, місцеві фірми побутового обслуговування

Абстрактними ідеальними моделями вважають ринки досконалої конкуренції та чистої монополії. Найближчими до досконалої конкуренції є ринки сільсько-господарської продукції (пшениці, кукурудзи), а також деякі фінансові

ринки та біржі, до монополій – зв’язок та деякі місцеві фірми побутового обслуговування.

Аналіз ідеальних ринкових структур надає підприємствам суттєвих переваг в процесі діяльності (рис. 1):

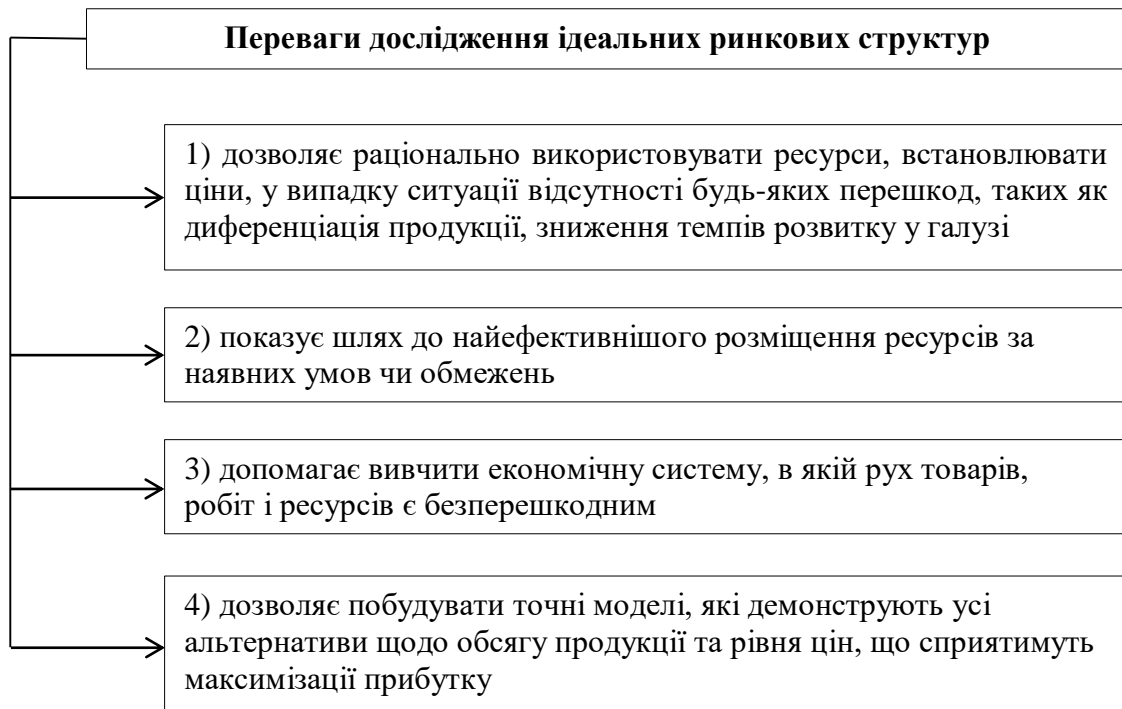


Рис.1. Переваги дослідження ідеальних ринкових структур

Характерні риси ринку досконалої конкуренції:

1) **велика кількість продавців і покупців** – внесок кожен з яких дуже малий відносно ринку в цілому. Одне підприємство може задовольняти лише мізерну частину попиту на дану продукцію, тому жодне не здатне помітно вплинути на сукупний обсяг пропозиції, на скільки б не розширювало б виробництво. Попит окремого споживача є лише мізерною частиною сукупного ринкового попиту і суттєво не впливає на нього, що і є основною рисою конкурентного ринку;

2) **стандартизована продукція** – наявність на ринку абсолютно стандартизованої продукції. Тільки в цьому випадку покупцеві буде байдуже, в якого продавця купувати продукт. Продукти кожного з підприємств є аналогами, відсутні умови для нецінової конкуренції, яка базується на різниці в якості продукції, рекламі, стимулюванні збуту додатковими послугами. Цій ринковій структурі існує характерна лише цінова конкуренція;

3) **об’єктивність ціноутворення** (ситуація “price taker”) – на ринку досконалої конкуренції жодне підприємство не може впливати на рівень цін, оскільки виробляє дуже малу частину загального обсягу продукції, яка задовольняє ринковий попит. Конкурентне підприємство не має своєї цінової політики, тобто не може встановити на ринку вигідну йому ціну, а може лише пристосовуватись, погоджуватись з ринковою ціною, рівень якої встановлюється в результаті взаємодії попиту та пропозиції;

4) *інформованість покупців і продавців* – всі суб'єкти конкурентного ринку добре проінформовані про ситуацію на ринку, про рівень цін на товар. Власне через це окреме підприємство не може підвищити ціни;

5) *незалежність дії продавців* – оскільки продавців дуже багато, можливість змови між ними відсутня, а оскільки підприємства малі, то відсутня необхідність домовлятися щодо обсягів виробництва та реалізації. Кожне підприємство діє на власний розсуд і самостійно визначає обсяг реалізації, який забезпечує їй максимальну вигоду за даною ринковою ціною;

6) *вільний вхід і вихід з галузі* – ринок досконалої конкуренції гарантує, що кожен виробник, який знайде кращий, ефективніший спосіб виробництва, може вільно вступити в галузь, а збиткові підприємства можуть вільно вийти з неї. Не існує жодних законодавчих, технологічних або фінансових перешкод, які б заважали б виникненню нових підприємств чи створювали б труднощі зі збутом продукції.

Досконалий конкурентний ринок – це ринок з найвищим рівнем конкуренції. Досконала конкуренція досягається за наявності такої величезної кількості незалежних виробників, постачальників і продавців, що жоден з них не може помітно впливати на ринкову ціну, а одного виробника важко відрізнити від іншого.

Основною характерною ознакою ринку досконалої конкуренції вважають високу виробничу та розподільну ефективність, але виділяють також окремі *недоліки*:

1. Система розподіляє доходи між учасниками виробничого процесу нерівномірно;

2. За умов конкуренції приватні підприємства намагаються мінімізувати витрати, тому підприємства мінімально зацікавлені у збереженні довкілля;

3. Відсутні стимули забезпечення виробництва благ громадського вжитку, наприклад, мостів, дамб, а також національної оборони;

4. Невеликий розмір типового конкурентного підприємства не дає йому змоги фінансувати значні науково-дослідні розробки. Не сприяє вдосконаленню наявних продуктів і створенню нових.

Рівновага підприємства в довгостроковому періоді – це такі обсяги випуску продукції і ціна, які дають змогу підприємствам у конкурентній галузі отримувати нульовий економічний прибуток.

Якщо в даній галузі є економічний прибуток, і він більший, ніж в інших галузях, то вона буде привабливою для інших підприємств. Якщо ж економічний прибуток набуває від'ємного значення, то підприємства не відшкодовують свої економічні витрати, тому змушені залишати неприбуткову галузь і шукають більш вигідні галузі для вкладення коштів.

Якщо в галузі економічний прибуток = 0, то підприємства не мають стимулу для входження в галузь або вихід з неї. Підприємство покриває свої економічні витрати і не зацікавлене в тому, щоб залишати галузь. Не існує також стимулу для вступу нових підприємств у галузь, оскільки вони не можуть отримати в ній більше, ніж в інших галузях. У такому випадку кількість підприємств, які знаходиться у галузі, є стабільною, і це означає, що вона знаходиться в стані рівноваги, або у спокої.

Аналізуючи ціну та випуск продукції в умовах досконалої конкуренції, слід враховувати, що підприємство не впливає на ціну. Тому продає свою продукцію за ринковою ціною.

Відповідь на запитання про обсяг виробництва – це знаходження точки рівноваги, тобто, коли прибуток фірми буде максимальний.

Для цього слід порівняти сукупний дохід (TR) і валові витрати (ТС). Максимальний прибуток буде отриманий за такого обсягу виробництва, за якого валовий дохід перевищуватиме валові витрати на максимальну величину (рис. 2).

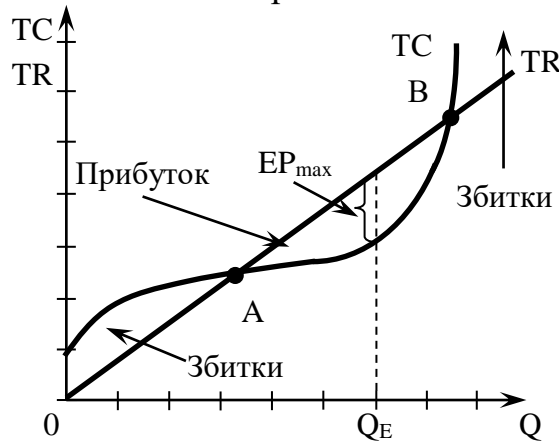


Рис.2. Оптимальний обсяг виробництва

Оптимальний обсяг виробництва – це точка, коли виручка перевищує витрати на найбільшу величину (найбільша відстань між кривими TR і ТС). Її можна знайти за допомогою дотичної до кривої ТС, проведеної паралельно до функції TR. Кут нахилу кривих TR і ТС буде однаковий.

Порівняння TR і ТС дозволяє визначити точку беззбитковості (точка А, рис.2). В цій точці сукупний дохід зрівнюється з валовими витратами, тобто повністю їх покриває.

Загальне правило

Враховуючи, що в умовах досконалої конкуренції виробник практично не впливає на ціну за якою реалізує власну продукцію, граничний дохід буде незмінним і рівним ціні реалізації.

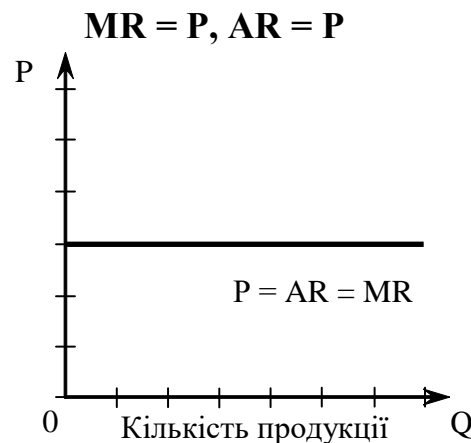


Рис. 3. Середній і граничний дохід в умовах досконалої конкуренції

Максимальний прибуток конкурентної фірми досягається при такому рівні виробництва продукції Q^* , де ціна дорівнює граничним витратам (рис. 4):

$$MR = MC = P$$

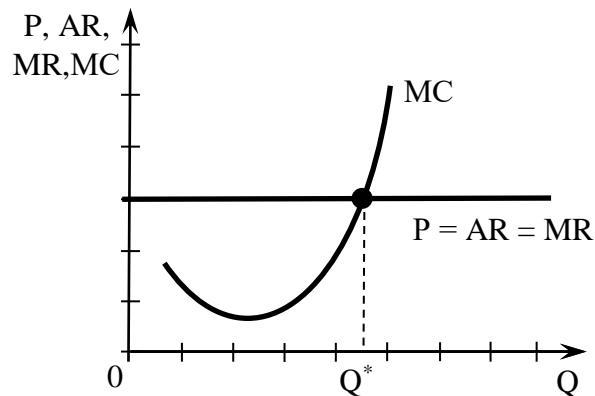


Рис. 4. Умова рівноваги в умовах досконалої конкуренції

Управлінсько-обліковий аспект правила максимізації прибутку стосується вирішення наступних питань:

1. Чи потрібно фірмі залишатися в галузі, продовжуючи виробляти продукції або ж припинити існування?

2. Якщо залишитися в галузі, то у якому обсязі виробляти продукцію та послуги?

Рішення залежить від того, чи покриває ціна продукту її середні змінні витрати (AVC). Якщо існує такий рівень виробництва, за якого ціна перевищує середні змінні витрати, то фірма продовжить виробляти, навіть якщо ціна не покриває повністю середні загальні витрати (ATC) (рис. 5).

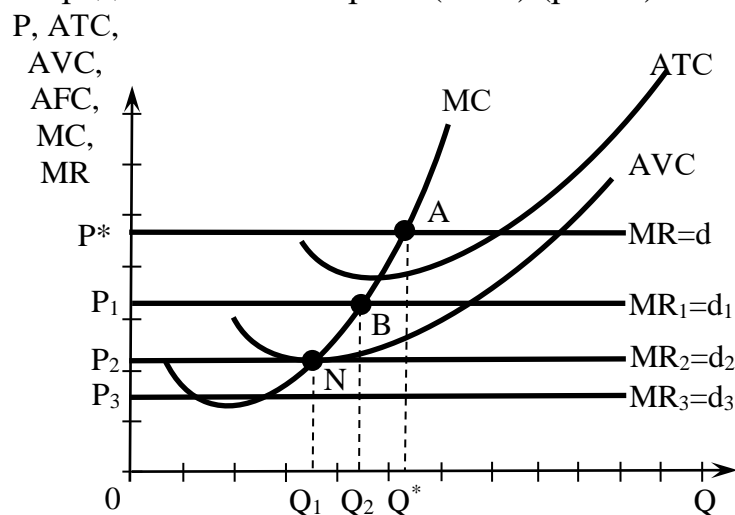


Рис. 5. Умови припинення та продовження виробництва

Якщо ж такого рівня виробництва не виявиться, то фірма повинна повністю припинити виробництво. Тому точка N називається точкою закриття або втечі. Така поведінка пояснюється тим, що зупинивши виробництво фірма продовжує нести постійні витрати. Отже, якщо її збитки менші, ніж постійні витрати (FC), то їй вигідніше виробляти ніж не виробляти. Тобто фірмі доцільно продовжувати

виробництво, якщо її збитки на одиницю продукції менші, ніж середні постійні витрати:

$$\begin{aligned} ATC - P &\leq AFC \\ \text{або} \\ ATC - AFC &\leq P \end{aligned}$$

Враховуючи, що $ATC - AFC$ – це середні змінні витрати, то фірмі доцільно виробляти продукцію, якщо її ціна перевищує середні змінні витрати ($P \geq AVC$).

Отже, якщо конкурентна фірма максимізує прибуток чи мінімізує збитки, вона повинна встановити такий рівень випуску, за якого граничні витрати в короткостроковому періоді дорівнюють ціні.

$$MR = MC = P$$

Крива індивідуальної пропозиції конкурентної фірми у короткостроковому періоді – це частина її кривої граничних витрат, що перебуває над кривою її середніх змінних витрат (частина MC вверх від точки N рис.6).

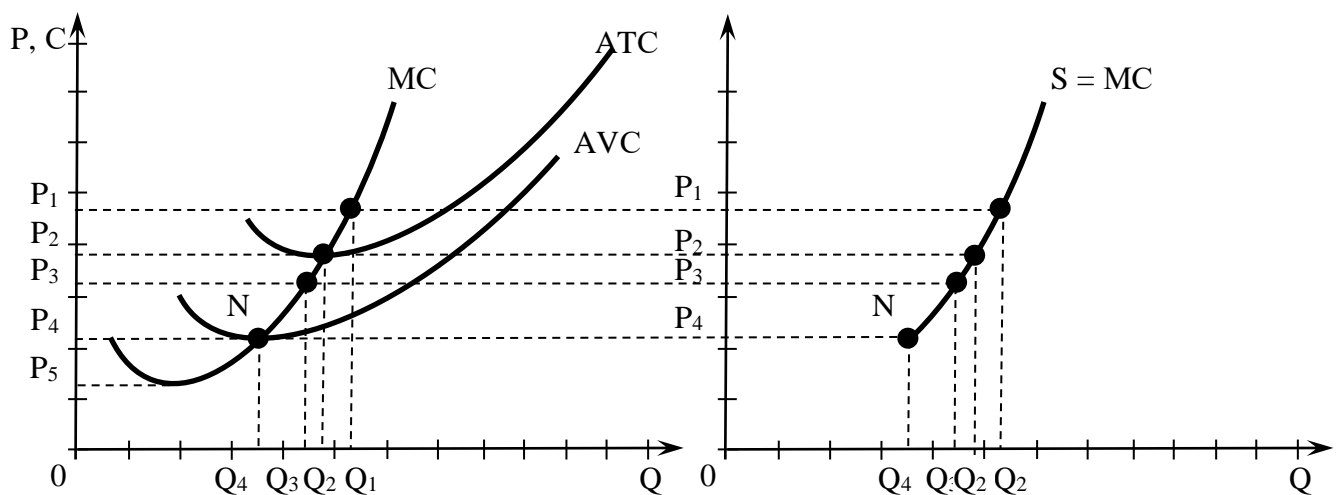


Рис. 6. Крива граничних витрат та крива пропозиції в короткостроковому періоді

Галузева крива пропозиції для короткострокового періоду – це сума кривих пропозиції (і сумою відповідних частин кривих MC).

Економічний прибуток фірми на ринку досконалої конкуренції розраховується за формулою:

$$E\P = (P^* - P_1) * Q^*$$

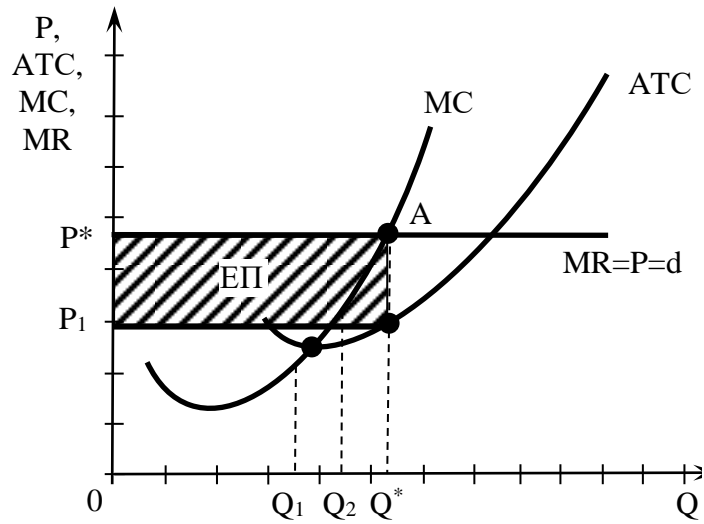


Рис. 7. Економічний прибуток конкурентної фірми
Розмір економічного збитку фірми розраховується за формулою (рис. 8):

$$ЕП = (P^* - P_1) * Q^*$$

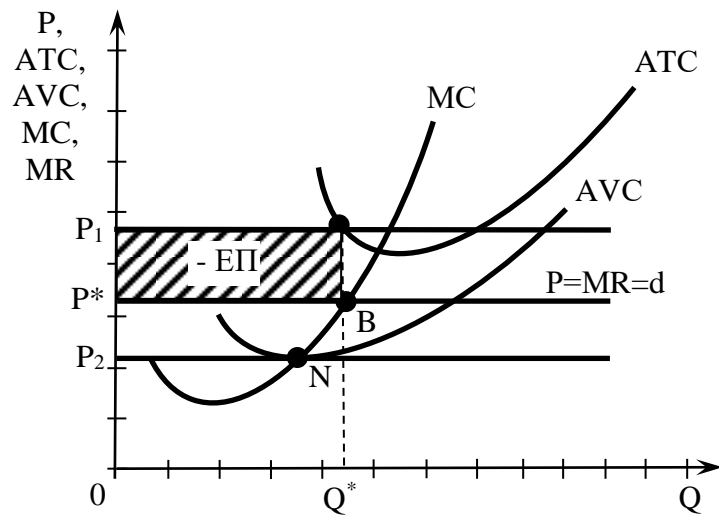


Рис.8. Економічний прибуток конкурентної фірми
У випадку $P^* - ATC = 0$, економічний прибуток теж дорівнює 0 (рис. 9):

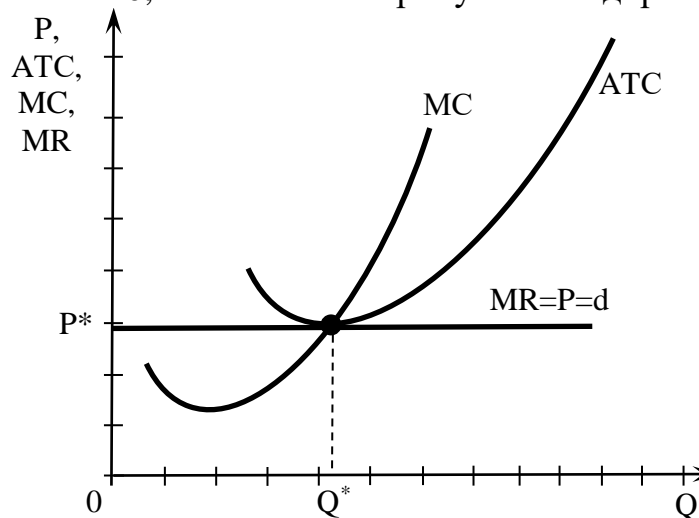


Рис. 9. Беззбиткове виробництво конкурентної фірми (самоокупність фірми)

**Оптимальний обсяг виробництва конкурентної фірми в
короткостроковому періоді**

<i>Управлінські запити</i>	<i>На основі моделі TRTC</i>	<i>На основі моделі MRMC</i>
Чи потрібно фірмі виробляти ?	Так, якщо $TR > TC$ або $TR > TC$ на величину, меншу за FC	Так, якщо $P \geq AVC_{min}$
Яку кількість продукції слід виробляти для максимізації прибутку ?	Таку кількість, яка забезпечить максимальне перевищення TR над TC , або коли перевищення TC над TR буде мінімальним. При цьому воно буде менше за FC	Таку кількість, при якій $MR = P = MC$
Чи забезпечить виробництво економічний прибуток ?	Так, якщо $TR > TC$ Ні, якщо $TC > TR$	Так, якщо $P > ATC$ Ні, якщо $ATC > P$

В довгостроковому періоді фірми можуть змінювати свої виробничі потужності. Крім того, може змінюватися й кількість фірм в галузі.

Максимальний прибуток конкуруючої фірми в довгостроковому періоді буде досягнутий за умови, коли ціна (P) буде дорівнювати довгостроковим граничним витратам (LMC).

Умова рівноваги конкуруючої фірми в довгостроковому періоді:

$$P = LMC$$

Якщо ціна перевищує довгострокові граничні витрати, то у фірми є стимул до розширення масштабу виробництва, якщо ж вона нижча – до скорочення масштабу виробництва.

Рівновага в довгостроковому періоді – це такі обсяги виробництва і ціна, які дають змогу фірмам у конкурентній галузі отримувати нульовий економічний прибуток.

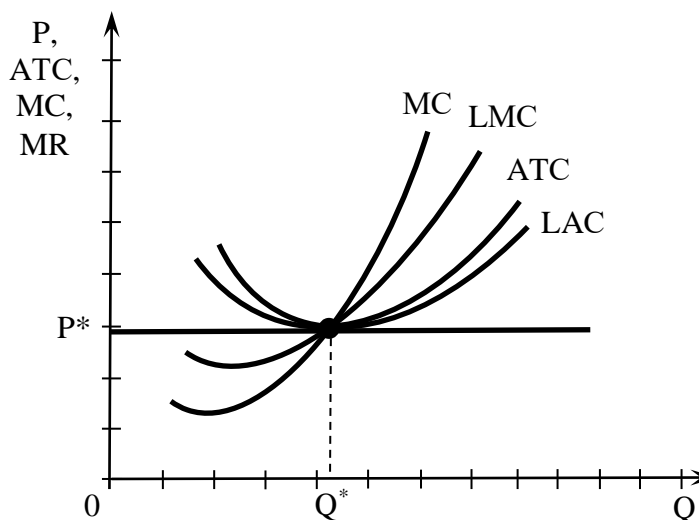


Рис. Рівновага фірми на галузевому ринку досконалої конкуренції

Отже, стан рівноваги досконало конкурентної галузі:

$$P = LATC_{\min},$$

де $LATC_{\min}$ – мінімальні догострокові середні витрати.

Враховуючи, що криві граничних і середніх загальних витрат перетинаються саме в точці ATC_{\min} , за конкурентної рівноваги обсяги виробництва забезпечують мінімальні середні загальні витрати як у коротко-, так і у довгостроковому періоді. Це свідчить про ефективність конкурентної рівноваги.