

Державний вищий навчальний заклад  
“Українська академія банківської справи  
Національного банку України”  
Кафедра теоретичної і прикладної економіки

## **МІКРОЕКОНОМІКА**

Матеріали до лекції

### **ТЕМА 9 “РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ”**

Для студентів 1-2 курсів  
економічного факультету  
всіх форм навчання

Суми  
УАБС НБУ  
2008

**УДК 330.101.542(042.3)**

**М59**

Рекомендовано до видання вченою радою Української академії банківської справи Національного банку України, протокол № 10 від 02.07.2007.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри теоретичної і прикладної економіки, протокол № 11 від 11.06.2007.

Укладач  
кандидат економічних наук

*І.В. Лопаткіна*

Рецензенти:

кандидат економічних наук, доцент

*Т.О. Семененко;*

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії

Сумського національного аграрного університету

*В.В. Пилипенко*

Відповідальний за випуск

кандидат економічних наук, доцент

*М.І. Синюченко*

**М59 Мікроекономіка: Тема 9 “Ринок досконалої конкуренції”:** Матеріали до лекції / Уклад. І.В. Лопаткіна. – Суми: УАБС НБУ, 2008. – 48 с.

Навчальна розробка містить зміст теми “Предмет і метод мікроекономіки”, матеріали слайд-шоу, перелік основних термінів, понять та рекомендовану літературу.

Призначена для студентів економічного факультету 1-2 курсу всіх спеціальностей усіх форм навчання.

**УДК 330.101.542(042.3)**

© ДВНЗ “Українська академія банківської справи Національного банку України”, 2008

## **Тема 9**

# **РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

# ЗМІСТ ТЕМИ

- структура ринку і умови повної конкуренції;
- попит, виручка і прибуток конкурентної фірми;
- максимізація прибутку фірми;
- короткострокова рівновага і пропозиція фірми та галузі. Надлишок виробника;
- довгострокова рівновага і пропозиція галузі

Умови взаємодії учасників та ціноутворення на ринках залежать від *ринкової структури*, яка визначається такими характеристиками:

- 1) частка кожного з учасників у ринковому обсязі попиту або пропозиції;
- 2) ступінь однорідності продукції на ринку;
- 3) можливості входження нових фірм на ринок та виходу з ринку;
- 4) умови взаємодії продавців між собою та покупців між собою, можливість змов учасників;
- 5) можливості отримання необхідної інформації для визначення поведінки на ринку

# Основні типи ринкових структур

- повна конкуренція;
- повна монополія;
- олігополія і монополістична конкуренція;
- монопсонія і монопсонічна конкуренція

**Повна, або досконала конкуренція** – це такий тип ринкової структури, для якого:

- 1) частка кожного постачальника і споживача (яких на ринку дуже багато) в загальному обсязі ринкової продукції незначна, ніхто не домінує на ринку;
- 2) продукція однорідна;
- 3) учасники можуть вільно входити на ринок та виходити з нього;
- 4) постачальники не взаємодіють один з одним, так само, як і споживачі (тобто їхня поведінка не є стратегічною);
- 5) всі учасники повністю поінформовані для визначення своєї поведінки на ринку

Порушення будь-якої з означених  
умов призводить до ринку  
*з неповною конкуренцією*



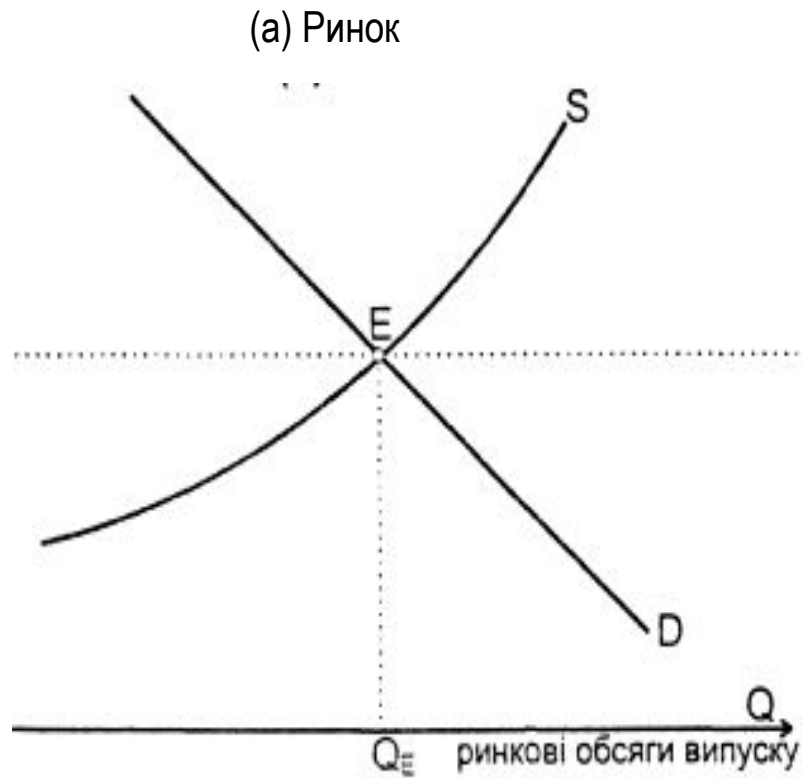
- *конкурентні фірми* – фірми, які діють на конкурентному ринку;
- конкурентні фірми виробляють однорідну або близьку за споживчими якостями продукцію, їх інтереси яких перетинаються на ринку при максимізації прибутку в боротьбі за споживача та визначенні ринкової ціни

- *галузь* – сукупність фірм, які виробляють близьку за споживчими характеристиками продукцію;
- *галузь є конкурентною*, якщо вся продукція, що виробляється галуззю, однорідна, а фірми конкурентні

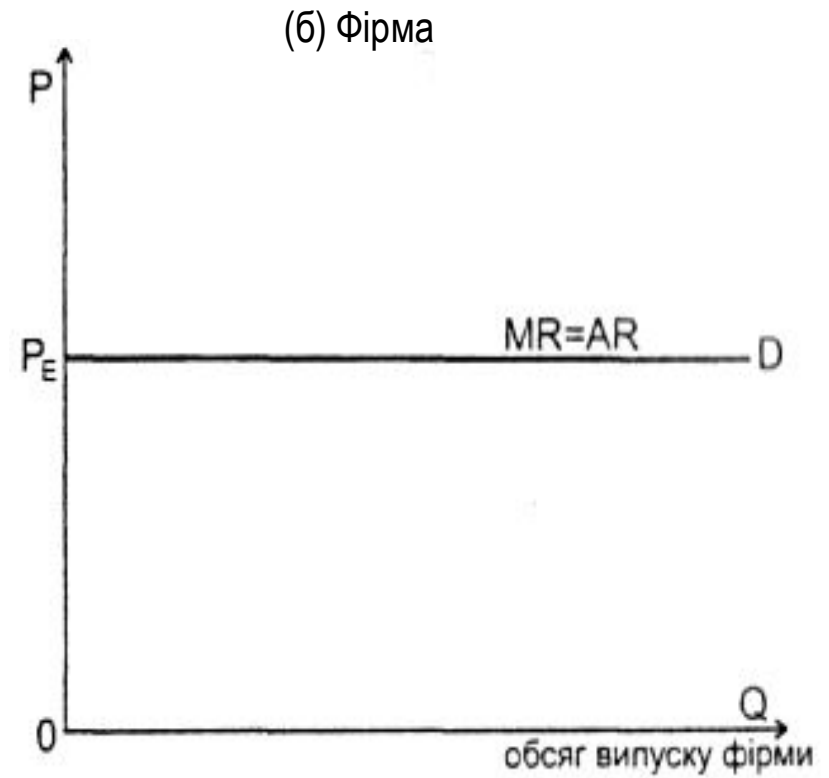
# Конкурентна фірма – *ціноотримувач* (price takers)

Причини:

- неможливість підвищити ціну;
- неможливість зменшити ціну;
- незначна частка ринку



а) утворення ринкової ціни  $P_E$   
для конкретного ринку



б) попит  $P$  на продукцію  
конкурентної фірми

Крива попиту для конкурентної фірми і крива  
ринкового попиту – *не слід плутати!!!*

**Сукупна виручка** ( $TR$  – *total revenue, total return*) – сума грошей, яку отримає фірма після продажу своєї продукції на ринку, вона дорівнює добутку обсягу проданого товару  $Q$  на ціну  $P$ , за якою реалізовано товар:

$$TR = R(Q) = P \cdot Q$$

- оскільки ціна є сталою,  $TR$  є лінійною функцією  $R(Q)$  відносно обсягу  $Q$ , тобто фірма може впливати на дохід тільки змінюючи обсяг продажів;
- зі зміною випуску змінюються і витрати;
- фірма повинна обрати той обсяг випуску, який дасть максимум прибутку

*Середня виручка (AR)* – це виручка від реалізації одиниці продукції:

$$AR = TR / Q = P \cdot Q / Q = P$$



***Гранична виручка (MR)*** – це зміна загальної виручки ( $\Delta TR$ ) внаслідок продажу додаткової одиниці продукції ( $\Delta Q$ ):

$$MR = \Delta TR / \Delta Q;$$

$$\Delta TR = \Delta(PQ);$$

$$\Delta TR = P\Delta(Q);$$

$$MR = P\Delta(Q) / \Delta Q;$$

$$MR = P;$$

$$MR = dR(Q) / dQ = P$$

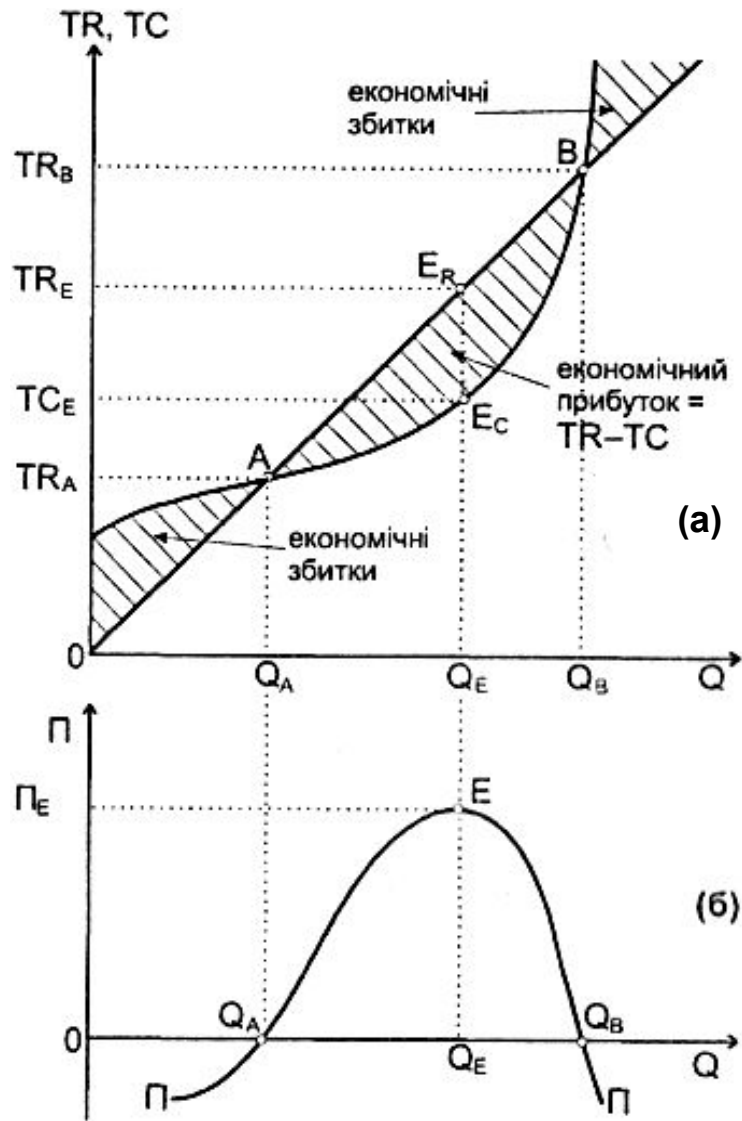
Лінія попиту є одночасно лінією ринкової  
ціни, середньої і граничної виручки

$$AR = MR = P$$

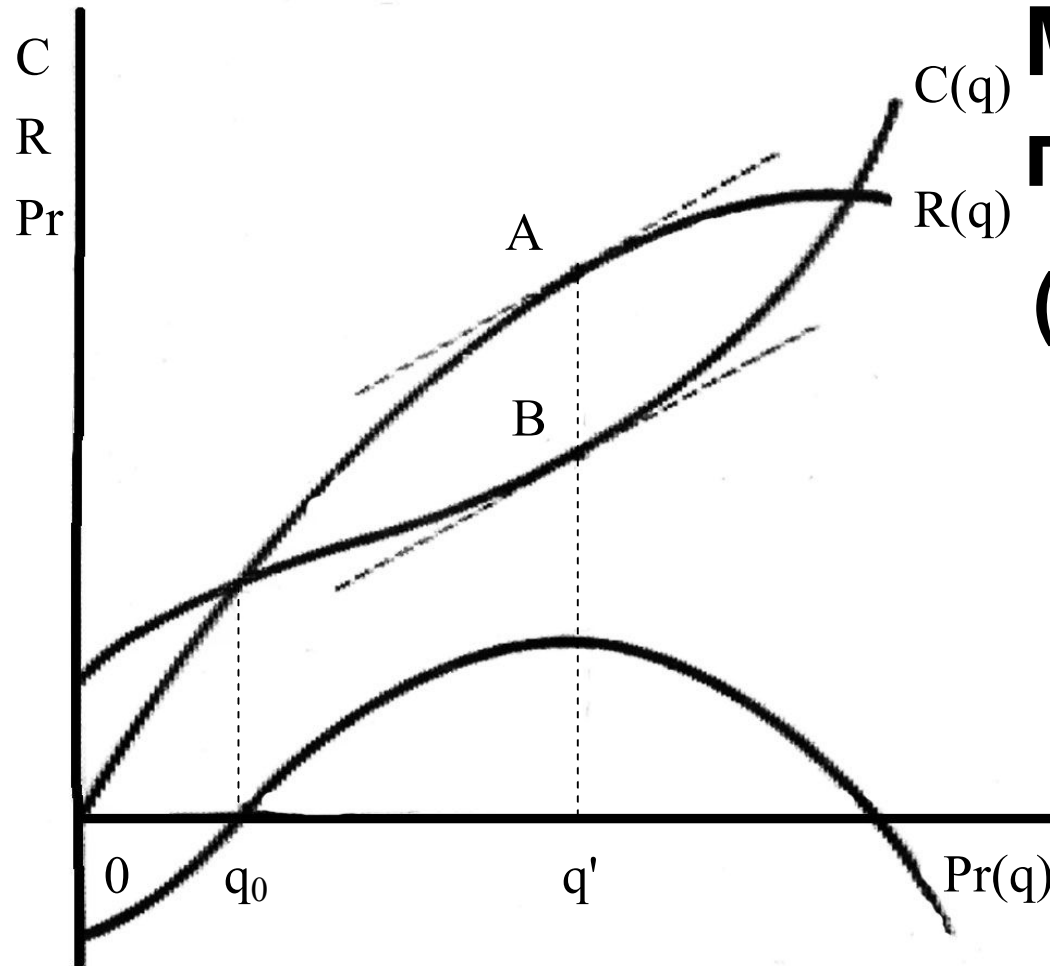
*Прибуток* ( $\pi$  – *profit*) будь-якої фірми утворюється як різниця між виручкою від продажу продукції та її вартістю для виробника:

$$\pi = TR - TC$$

# Максимізація прибутку фірми (графічний аналіз)



# Максимізація прибутку фірми (графічний аналіз)



Випуск, шт. на рік

## Максимізація прибутку фірми (аналітичний аналіз): *крок перший*

$$\pi = \max, M\pi = 0,$$

*де  $M\pi$  – граничний прибуток.*

$$M\pi = MR - MC = 0;$$

*$MR = MC$  – правило граничного випуску;*

*$P = MC$  – перший крок (умова ефективного обсягу  
випуску)*

# Максимізація прибутку фірми (аналітичний аналіз): *крок перший*

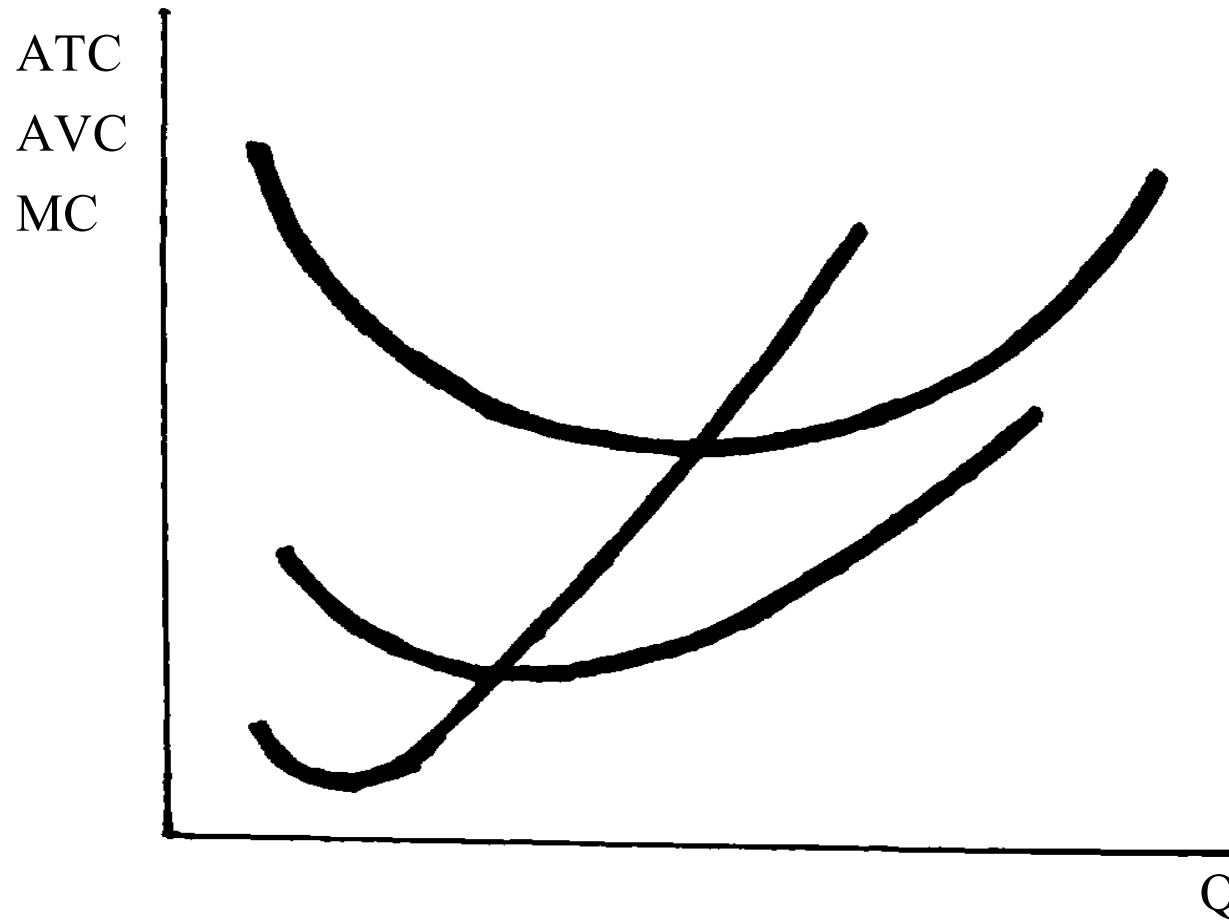
*Перший крок* полягає у виборі найкращого  
ПОЗИТИВНОГО обсягу випуску

## Максимізація прибутку фірми (аналітичний аналіз): *крок другий*

*Другий крок* – порівняння прибутків, отриманих у результаті виробництва даного обсягу продукції, із прибутками в результаті припинення виробництва (нульовий обсяг випуску) та вибір тієї дії, що є найкращою



# Графіки AVC, ATC, MC



***Умова незбитковості*** фірми досягається, якщо:

$$P = \min AC.$$

Ця умова виконується у точці  $E$  мінімуму кривої  $AC$  – в ***точці незбитковості*** і означає можливість отримання лише нормального прибутку

**Умова закриття** фірми в короткостроковому періоді означає, що виручка  $TR$  не може компенсувати навіть фіксовану вартість  $FC$ , тобто фірмі слід виходити з галузі при цінах

$$P < \min AVC.$$

Точка  $B$  дотику кривої  $AVC$  до лінії  $P = MR$ , для якої виконується умова

$$P = \min AVC,$$

має назву **точки закриття**

# Короткострокові рівновага і пропозиція фірми та галузі

*Передумови аналізу:*

- вважаємо, що в короткостроковому періоді фірма вже випускає певний обсяг продукції і повинна лише визначити, чи слід його змінювати з метою максимізації прибутку;
- фірма приймає рішення про збільшення випуску, якщо вона матиме від цього зиск – прибуток

# Короткострокові рівновага і пропозиція фірми та галузі

*Передумови аналізу:*

- фірма може виробляти (виходячи із вартості виробництва):

$$P > MC;$$

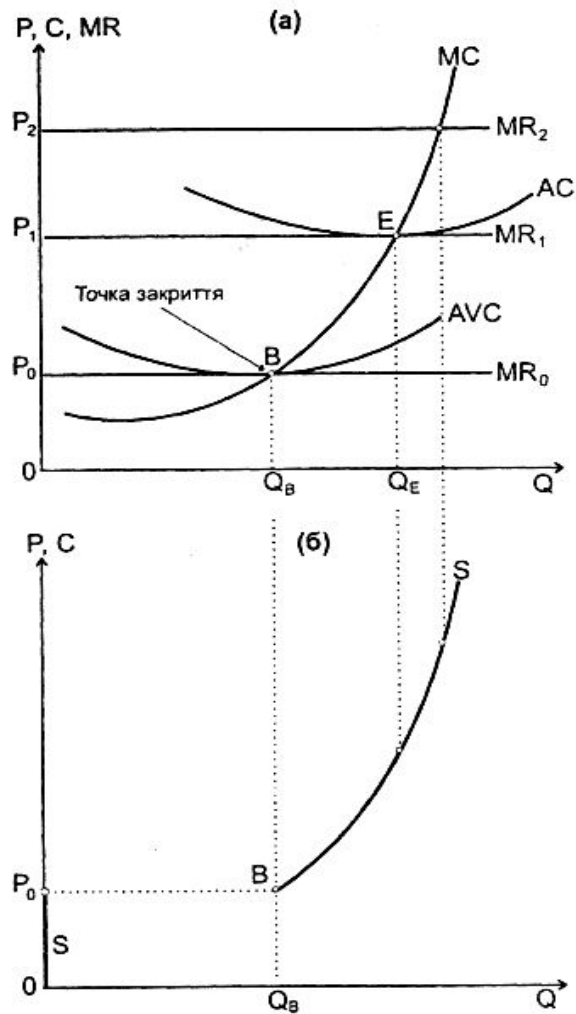
- фірма бажає виробляти (виходячи з мотиву прагнення до прибутку) та пропонувати додаткову продукцію

$$P > AVC$$

# Короткострокові рівновага і пропозиція фірми та галузі

- в короткостроковому періоді *крива пропозиції* утворюється як частина кривої  $MC$ , що розташована не нижче точки перетину з кривою  $AVC$ ;
- *крива пропозиції* для кожного обсягу  $Q$  визначає мінімальну ціну, за якою фірма беззбитково для себе пропонує останню одиницю продукції на ринку

# Побудова короткострокової кривої пропозиції, $S$



# Короткострокові рівновага і пропозиція фірми та галузі

*Крива ринкової (галузевої)*

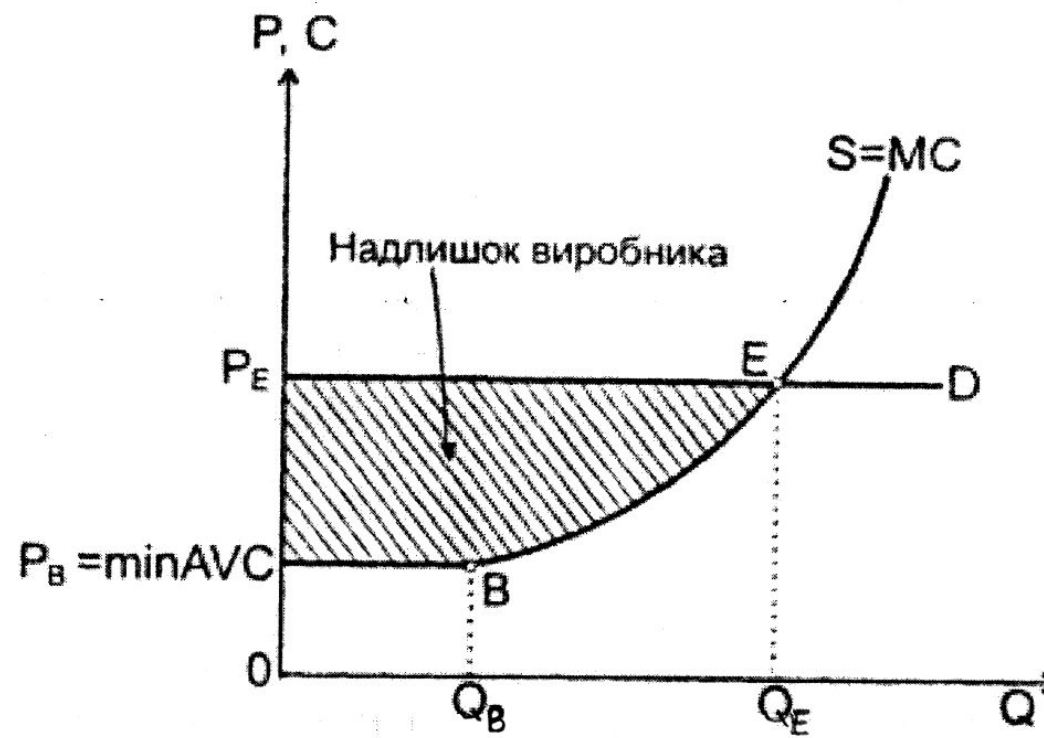
*короткострокової пропозиції* утворюється  
як горизонтальна сума індивідуальних кривих  
пропозиції окремих фірм



# Короткострокові рівновага і пропозиція фірми та галузі

Кожна фірма у стані ринкової короткострокової  
конкурентної рівноваги виробляє обсяг  
продукції, який дозволяє їй максимізувати  
прибуток

# Надлишок виробника



# Довгостроковий період

У довгостроковому періоді кожна конкурентна фірма, що максимізує прибуток, так само, як і в короткостроковому періоді, не може впливати на ринкову ціну, вона в змозі обирати лише обсяг випуску, тобто варіювати середню вартість виробництва

Якщо у перспективі фірма прогнозує можливість отримати економічний прибуток, то саме такий прогноз може зробити й будь-яка інша фірма, навіть коли вона не працює в цій галузі.

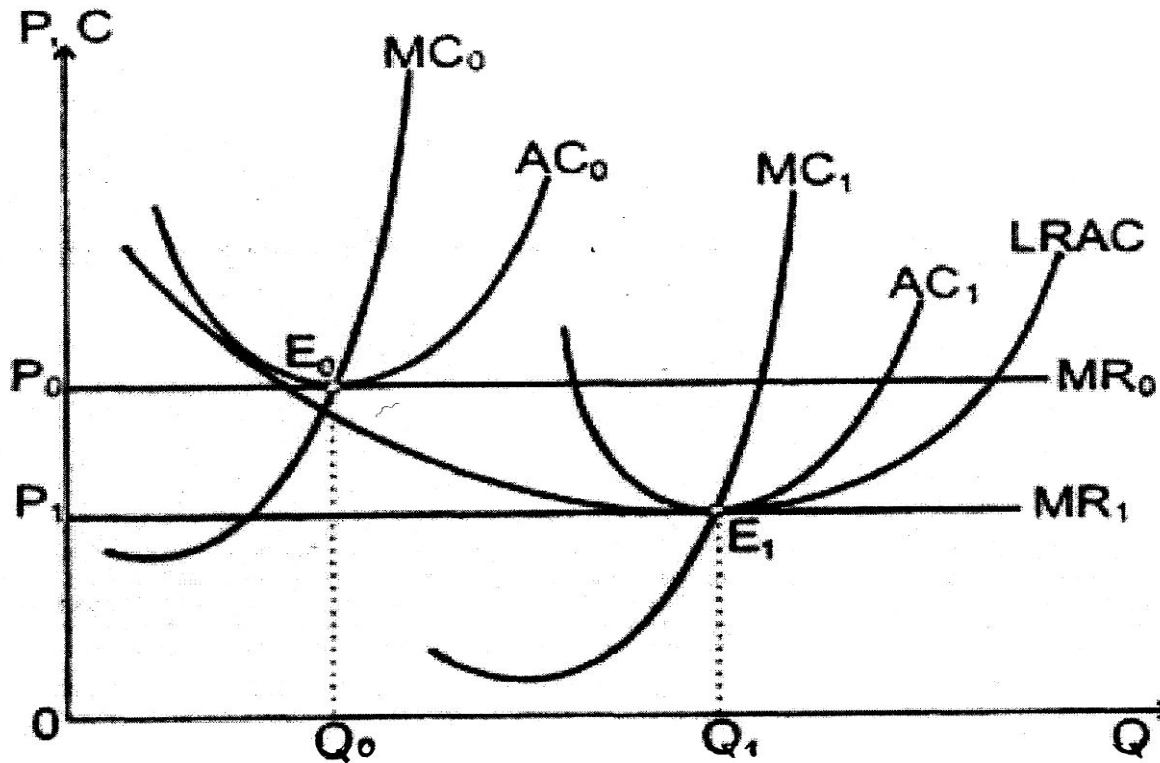
Тому потенційний прибуток буде сприйматись іншими фірмами як сигнал щодо доцільності входження нових фірм у галузь, а це призведе до збільшення галузевої пропозиції

Наслідком збільшення пропозиції (за інших незмінних умов) буде поступове зменшення ринкової рівноважної ціни і скорочення економічного прибутку аж до нуля.

Тому в перспективі фірмам у конкурентній галузі слід сподіватись на такий рівень ринкових цін, який забезпечує тільки незбитковість виробництва (тобто нормальний прибуток)

Але цей нормальний прибуток можна отримати лише при мінімізації вартості виробництва, що для довгострокового періоду означає пошук такого обсягу випуску, коли довгострокова середня вартість *LAC* буде мінімальною

# Конкурентна рівновага в довгостроковому періоді, $E_1$



- умова довгострокової конкурентної рівноваги:

$$P = (\min LAC = LRMC);$$

- стан довгострокової рівноваги визначає обсяг випуску, що забезпечує фірмі нормальний прибуток на перспективу. Умова визначає для довгострокового періоду умову незбитковості та умову закриття одночасно



***Парадокс прибутку:*** можливість отримати економічний прибуток у конкурентній галузі є причиною його зникнення в довгостроковому періоді, тому що можливість вільного входження нових фірм на ринок у гонитві за прибутком призведе до зменшення ринкової ціни і втрати прибутку в перспективі для всіх фірм галузі

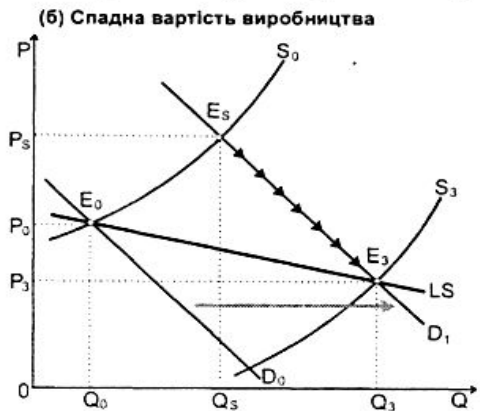
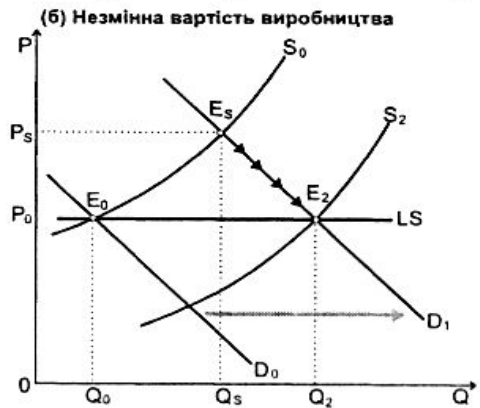
Конкурентний ринок вважається *ефективним*  
*у довгостроковому періоді*, тому що фірми  
зацікавлені обирати обсяг виробництва  
з мінімальними затратами рідкісних ресурсів,  
що відповідає інтересам суспільства

# Галузева (ринкова) довгострокова крива пропозиції

Вихідні умови аналізу:

- впливають нецінові фактори попиту та пропозиції;
- наприклад, збільшується попит на продукцію галузі

# Довгострокова пропозиція галузі, $LS$



# ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ (1)

- ринкова структура;
- повна конкуренція;
- конкурентна фірма;
- галузь;
- ціноодержувач;
- сукупна виручка, ТК;
- середня виручка, ЛК;
- гранична виручка, МК;
- економічний прибуток;
- бухгалтерський прибуток;
- нормальний прибуток;
- граничний прибуток, МП;
- правило граничного випуску;
- точка незбитковості
- точка закриття;
- короткострокова крива пропозиції;
- ринкова короткострокова пропозиція;
- короткострокова конкурентна рівновага;
- ринкова короткострокова конкурентна рівновага;
- надлишок виробника;
- сукупний надлишок виробників;
- сукупний (ринковий) надлишок;
- чиста вигода (сукупний надлишок);
- галузева рівновага

# ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ (2)

- довгострокова конкурентна рівновага;
- парадокс прибутку;
- галузева довгострокова крива пропозиції;
- галузь із незмінною вартістю виробництва;
- галузь із зростаючою вартістю виробництва;
- галузь із спадною вартістю виробництва

# ПІДРУЧНИКИ

1. Будаговська С., Кілієвич О. та ін. Мікроекономіка і макроекономіка: Підруч. для студентів екон. спец. закл. освіти. – К.: Основи, 1998. – С. 81-91.
2. Нуреев Р.М. Курс мікроекономіки: Учебник для вузов. – М.: Издательская группа “НОРМА-ИНФРА-М”, 1998. – С. 183-207.
3. Пиндайк Р.С., Рабинфельд Д.Л. Мікроекономіка: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – С. 235-268.
4. Самуельсон Пол, Нордхаус Вільям Д. Економіка. – М.: Біном-кнорус, 1997. – С. 135-169.
5. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело, 1993. – С. 135-152.
6. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение: В 2-х т.: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1992. – С. 196-277.

**Дякую за роботу!**



*Навчальне видання*

МІКРОЕКОНОМІКА  
ТЕМА 9 “РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ”  
Матеріали до лекції

Укладач

Лопаткіна Ірина Вікторівна

Редактор *Г.М. Нужненко*

Технічне редагування *І.О. Кругляк*

Комп'ютерна верстка *Н.А. Височанська*

Підписано до друку 12.02.2008. Формат 60x84 1/8. Гарнітура Times.

Обл.-вид. арк. 0,29. Тираж 9 пр. Зам. № 772

Українська академія банківської справи Національного банку України

40030, м. Суми, вул. Петропавлівська, 57

Надруковано на обладнанні Державного вищого навчального закладу  
“Українська академія банківської справи Національного банку України”

40030, м. Суми, вул. Петропавлівська, 57