**Тема 7. Ринок чистої конкуренції**

План

1. Види ринкових структур та їх характеристика.
2. Чиста конкуренція та поведінка підприємства в короткостроковому періоді.
3. Типи підприємств та крива пропозиції в короткостроковому періоді.
4. Максимізація прибутку підприємства в довгостроковому періоді.
5. Крива пропозиції в довгостроковому періоді.
6. Чиста конкуренція та ефективність.

**1. Види ринкових структур та їх характеристика**.

Умови, в яких відбувається конкуренція, називаються ринковою структурою. Вона визначається кількістю і розмірами підприємств, характером продукції, умовами вступу в галузь, можливостями контролю над ціною. Виділяють три види структур ринку: 1) **досконала** (чиста) конкуренція; 2) **недосконала конкуренція**, яка поділяється на а) *олігополію* і б) *монополістичну конкуренцію*; 3) **чиста монополія**.

1) В умовах чистої конкуренції на ринку функціонує велика кількість підприємств, які є невеликими за обсягом продукції і виробляють стандартизований продукт, окремий виробник не може вплинути на формування ціни, практично не існує перешкод для вступу в галузь інших підприємств, кожний учасник ринку має повний доступ до інформації .

2) а) Олігополія як ринкова структура відноситься до недосконалої конкуренції і характеризується невеликою кількістю виробників, кожен з них контролює значну частину ринку і тому має можливість впливати на формування ціни. Підприємства виробляють стандартизований або диференційований товар, існують певні перешкоди для вступу в галузь інших підприємств .

б) Іншим видом недосконалої конкуренції є монополістична, яка характеризується великою кількістю виробників диференційованого товару. Практично не існує обмежень для вступу в галузь інших підприємств. Підприємства здійснюють рекламу, використовують торгові марки.

3) Чиста монополія є антиподом чистої конкуренції. Це галузь, у якій функціонує тільки один виробник, що виробляє унікальну продукцію. На ринку існують суттєві бар’єри на шляху створення нових підприємств. Монополіст є таким, що формує ціну.

Всі наведені ринкові структури умовно можна поділити на дві групи: реальні і ідеальні.

**2. Чиста конкуренція та поведінка підприємства в короткостроковому періоді.**

Метою кожного підприємства, незалежно від того, в якій ринковій структурі воно функціонує, є максимізація прибутку. Це означає, що відмінності у конкретних варіантах вибору залежать від відмінностей у системах обмежень підприємства.

До ***обмежень*** в умовах досконалої конкуренції належать такі:

1. усі підприємства мають однаковий доступ до технології і купують всі необхідні ресурси за однаковими цінами і тому їх середні витрати не відрізняються;
2. мінімальні витрати досягаються за невеликих обсягів виробництва і умови попиту створюють можливість функціонування великої кількості підприємств;
3. підприємства, які залишають ринок, можуть покрити всі свої втрати за рахунок реалізації майна.
4. усі підприємства галузі мають невеликі розміри, виробляють стандартизовану продукцію і тому реалізують її за ринковими цінами. Це означає, що ціна реалізації для підприємства визначається не його умовами, а умовами ринку, тобто формується під впливом попиту і пропозиції (рис.1, а).

Попит на продукцію підприємства буде абсолютно еластичним (1, б), граничний дохід буде дорівнювати ціні.

У короткостроковому періоді конкурентне підприємство має незмінне обладнання і намагається максимізувати свій прибуток чи мінімізувати збитки за рахунок зміни кількості змінних ресурсів і, відповідно, змінюючи обсяг виробництва.

Використовуються два принципи для визначення обсягу продукції підприємства в короткостроковому періоді. Перший принцип ґрунтується на порівнянні загальних показників, другий –граничних показників.

**Р**

**Q**

**0**

**S**

**D**

**РE**

**QE**

**a)**

**Р**

**Q**

**0**

**РE**

**D**

**б)**

Рис. 1. Формування ринкової ціни - а) та крива попиту на товар конкурентного підприємства - б).

І. У короткостроковому періоді частину загальних витрат підприємства становлять змінні, а частину – постійні, які повинні бути оплачені навіть за нульового обсягу виробництва. Тому підприємство має збитки, які дорівнюють його постійним витратам. У короткостроковому періоді підприємство буде виробляти такий обсяг продукції, за якого воно максимізує прибуток чи мінімізує збитки.

***Максимальний*** прибуток підприємство забезпечує такий обсяг продукції, за якого різниця між загальним доходом і загальними витратами буде максимальною:

.

Унаслідок зниження ринкової ціни діяльність підприємства деякий час може бути збитковою. ***Мінімізація*** збитків досягається в точці, де загальний дохід перевищує змінні витрати. Такий рівень виробництва дозволить підприємству покрити всі змінні і частину постійних витрат:

.

Якщо ринкова ціна буде такою, що загальний дохід буде меншим за змінні витрати, то підприємству доцільніше припинити випуск продукції і згорнути виробництво.

ІІ. Альтернативним принципом при визначенні обсягів виробництва є порівняння *граничного доходу* і *граничних витрат*.

На початкових стадіях виробництва, коли обсяг відносно невеликий, граничний дохід буде перевищувати граничні витрати. На наступних стадіях збільшення виробництва граничні витрати будуть більшими за граничний дохід. Розділяє ці два обсяги виробництва точка, в якій граничний дохід відповідає граничним витратам.

Підприємство буде ***максимізувати*** прибуток за такого обсягу виробництва, де граничний дохід, тобто ціна дорівнює, граничним витратам:

.

 Підприємство буде мінімізувати збитки у тому випадку, коли ціна вища з середні змінні витрати. В таких умовах підприємство може покрити змінні витрати і частину постійних:

.

Коли ціна менша за середні змінні витрати, підприємство припиняє виробництво товару.

1. **Типи підприємств та крива пропозиції в короткостроковому періоді.**

За умов короткострокової рівноваги можуть функціонувати чотири типи фірм:

1. гранична;
2. позагранична;
3. догранична з нормальним прибутком;
4. догранична з економічним прибутком.

1) Граничною називається фірма, яка може покрити лише середні змінні витрати (*Р = min AVC*). Вона може функціонувати лише в короткостроковому періоді (рис.2, а).

**Р**

**0**

**Q**

**D**

**AVC**

**MC**

**ATC**

**Р**

**0**

**Q**

**AVC**

**MC**

**ATC**

**D**

**a)**

**б)**

Рис. 2. Гранична (а) і позагранична (б) фірма в короткостроковому періоді

2) Позагранична фірма не покриває навіть середніх змінних витрат і тому виходить з галузі (*Р < min AVC*; рис.2 б).

3) Догранична фірма отримує тільки нормальний прибуток, якщо *Р = min ATC* (рис. 3, а).

4) Догранична фірма отримує економічний прибуток, якщо ціна перевищує середні загальні витрати: *Р > min ATC* (рис. 3, б).

**Р**

**0**

**Q**

**MC**

**D**

**ATC**

**AVC**

**a)**

**Р**

**0**

**Q**

**MC**

**D**

**ATC**

**AVC**

**б)**

Рис. 3. Догранична фірма з нормальним прибутком (а) і догранична фірма з економічним прибутком (б) в короткостроковому періоді

Крива пропозиції конкурентної фірми в короткостроковому періоді співпадає з її кривою граничних витрат, яка знаходиться вище точки мінімального значення середніх змінних витрат.

Крива пропозиції галузі в короткостроковому періоді – це сума кривих пропозиції фірм, що функціонують у галузі.

1. **Максимізація прибутку підприємства в довгостроковому періоді.**

У довгостроковому періоді підприємства галузі мають достатньо часу для зміни виробничих потужностей, і крім того, може змінитися кількість підприємств в галузі.

Припустимо, що 1) єдиною зміною в довгостроковому періоді є зміна кількості підприємств; 2) всі підприємства мають одинакові середні витрати; 3) зміна кількості виробників не впливає на ціну ресурсів.

За досягнення довгострокової рівноваги ціна товару буде відповідати мінімуму середніх витрат, граничному доходу і граничним витратам. Тому в довгостроковому періоді конкурентні підприємства мають тільки нормальний прибуток.

Припустимо, що зміни смаків споживачів збільшують попит на товар. У результаті підвищується ціна рівноваги, яка буде вища за середні витрати. Підприємства будуть мати економічний прибуток, що буде стимулом для створення нових підприємств. Збільшиться виробництво і пропозиція товару і, як наслідок, знизиться ціна товару.

Зменшення попиту споживачів призведе до зниження ринкової ціни. Діяльність підприємств буде збитковою, частина їх вийде з галузі і, як наслідок, зменшиться виробництво і пропозиція товару, а ціна встановиться на рівні середніх витрат.

Довгострокова рівновага: P = min AC = MR = MC.

1. **Крива пропозиції в довгостроковому періоді.**

Характер довгострокової кривої пропозиції галузі залежить, в першу чергу, від величини середніх витрат.

*Галузь, витрати якої не змінюються*

Припустимо, що розширення галузі за рахунок входження нових підприємств не впливає на ціну ресурсів і, відповідно, на зміну довгострокових середніх витрат. Така ситуація виникає в випадку, коли галузевий попит на ресурси незначний порівняно з обсягом загального попиту на ці ресурси. Це можливо у випадку використання неспеціалізованих ресурсів.

Вступ і вихід з галузі підприємств змінюють галузевий обсяг виробництва, проте завжди повертають ціну товару до початкового рівня - мінімуму середніх витрат. Таким чином, удовгостроковому періоді крива пропозиції галузі, витрати якої не змінюються є***абсолютно еластичною***.

*Галузь, витрати якої зростають*

В більшості випадків створення нових підприємств в галузі впливає на ціну ресурсів і, відповідно, на витрати. Якщо галузь використовує значну частину будь-якого ресурсу, загальний обсяг пропозиції якого важко збільшити, то створення нових підприємств буде збільшувати попит на ресурс порівняно з його пропозицією, що підвищить ціну ресурсу. Підвищення ціни ресурсів впливає на зростання середніх витрат. Більш високі витрати означають встановлення ціни рівноваги на більш високому рівні. Таким чином галузь буде виробляти більше продукції за більш високою ціною.

В довгостроковому періоді крива пропозиції такої галузі матиме***висхідний характер***.

 У деяких випадках в довгостроковому періоді крива пропозиції може мати ***спадний характер****.* Це галузь, витрати якої знижуються у випадку зростання кількості підприємств.

1. **Чиста конкуренція та ефективність.**

Економічна ефективність означає ефективний розподіл обмежених ресурсів та ефективне їх використання в процесі виробництва товарів.

Ефективний розподіл ресурсів досягається за умов рівності ціни і граничних витрат (*Р = MC*). За таких умов фірми будуть виробляти максимально можливу кількість продукції до тих пір, поки граничні витрати ресурсу не будуть дорівнювати його ціні.

Ефективне використання обмежених ресурсів означає, що ціна дорівнює мінімальному значенню середніх витрат (*Р = min АС*).

 Таким чином, економічна ефективність досягається якщо:

*Р = MC = min AC.*  Такі умови характерні для чистої конкуренції.

Ринок чистої конкуренції має певні недоліки:

1. В чистій конкуренції виникають, так звані, зовнішні ефекти або екстерналії.
2. В чистій конкуренції підприємства не виробляють деяких суспільно необхідних благ.
3. Чиста конкуренція, яка охоплює велику кількість невеликих

 підприємств, не завжди здатна забезпечувати концентрацію ресурсів, необхідних для прискорення НТП.

1. В чистій конкуренції виробляється стандартизований продукт, і це обмежує вибір споживача.