

БУДІВЕЛЬНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра будівельних, колійних та вантажно-
розвантажувальних машин**

Є.В. Романович

ДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ

Конспект лекцій

з дисципліни

***"НАУКОВІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ
БУДІВЕЛЬНИХ, КОЛІЙНИХ ТА ВАНТАЖНО-
РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ МАШИН"***

Харків - 2014

Романович Є.В. Досконала конкуренція: Конспект лекцій. –
Харків: УкрДАЗТ, 2014. – 17 с.

У цьому конспекті лекцій наводяться відомості про поняття досконалої конкуренції, дію ринкового механізму в умовах досконалої конкуренції та поведінки підприємств, які працюють у таких умовах.

Іл. 10, табл. 2, бібліогр.: 4 назв.

Конспект лекцій призначено для студентів спеціальності 8.050503 "Підйомно-транспортні, дорожні, будівельні, меліоративні машини і обладнання" усіх форм навчання.

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри будівельних, колійних та вантажно-розвантажувальних машин 26 листопада 2012 р., протокол № 3.

Є.В. Романович

ДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ

Конспект лекцій
з дисципліни

*"НАУКОВІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ
БУДІВЕЛЬНИХ, КОЛІЙНИХ ТА ВАНТАЖНО-
РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ МАШИН"*

Відповідальний за випуск Романович Є.В.

Редактор Еткало О.О.

Підписано до друку 15.01.13 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,00. Тираж 25. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейербаха, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Українська державна академія залізничного транспорту

**Кафедра "Будівельні, колійні та
вантажно-розвантажувальні машини"**

Є.В. Романович

ДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни

**"НАУКОВІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ ЕКСПЛУАТАЦІЇ
БУДІВЕЛЬНИХ, КОЛІЙНИХ ТА ВАНТАЖНО-
РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ МАШИН"**

для студентів спеціальності
8.050503 "Підйомно-транспортні, дорожні, будівельні, меліоративні
машини і обладнання"
усіх форм навчання

Харків 2012

Романович Є.В. Досконала конкуренція: Конспект лекцій. – Харків: УкрДАЗТ, 2014. – 17 с.

У цьому конспекті лекцій наводяться відомості про поняття досконалої конкуренції, дію ринкового механізму в умовах досконалої конкуренції та поведінки підприємств, які працюють у таких умовах.

Іл. 10, табл. 2, бібліогр.: 4 назв.

Конспект лекцій призначено для студентів спеціальності 8.050503 "Підйомно-транспортні, дорожні, будівельні, меліоративні машини і обладнання" усіх форм навчання.

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри будівельних, колійних та вантажно-розвантажувальних машин 26 листопада 2012 р., протокол № 3.

Рецензент

доц. Г.М. Афанасов

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Визначення та особливості досконалої конкуренції.....	4
2 Поняття прибутку.....	6
3 Пропонування підприємства в умовах досконалої конкуренції.....	7
4 Галузь в умовах досконалої конкуренції.....	13
Висновки.....	17
Список літератури.....	17

ВСТУП

Досконала конкуренція має для економіста цілком певне значення. Як ми побачимо, вона означає для нього щось набагато сильніше, ніж для людини з вулиці або ж бізнесмена, коли він говорить про "жорстоке суперництво і гостру конкуренцію між різними фірмами і галузями".

Досконала конкуренція є особливим і дуже важливим випадком, якому економісти приділяють так багато уваги тому, що він проливає яскраве світло на ефективність використання ресурсів. Звичайно, досконала конкуренція не може дати правильного уявлення про безліч фактів, що характеризують сучасну індустрію. Реальний світ виступає як своєрідне поєднання елементів конкуренції з недосконалістю та монополіями. Реальний світ повинен розглядатися переважно як "царство недосконалої конкуренції", його не можна цілком назвати ні абсолютно конкурентним, ні абсолютно "монополістичним".

Завдання цього розділу полягає в тому, щоб дати методичку аналізу досконалої конкуренції. У ньому буде показано, які зміни слід внести до наших висновків, заснованих на аналізі досконалої конкуренції. Ми побачимо також, як сильно впливають елементи монополістичної недосконалості, наявні в незліченних сучасних галузях, на ті шляхи, якими система ціноутворення вирішує наші три основні проблеми: що, як і для кого.

1 ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

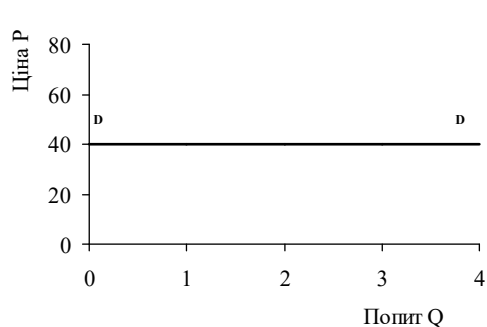
Досконала, вільна або чиста конкуренція – економічна модель, стан ринку, що ідеалізується, коли окремі покупці і продавці не можуть впливати на ціну, але формують її своїм внеском попиту і пропонування. Іншими словами, це такий тип ринкової структури, де ринкова поведінка продавців і покупців полягає в пристосуванні до рівноважного стану ринкових умов.

Конкуренція є дійсно досконалою лише в тому випадку, якщо численні виробники продають абсолютно ідентичну продукцію - таку, як дві горошини в стручку або два зерна озимої

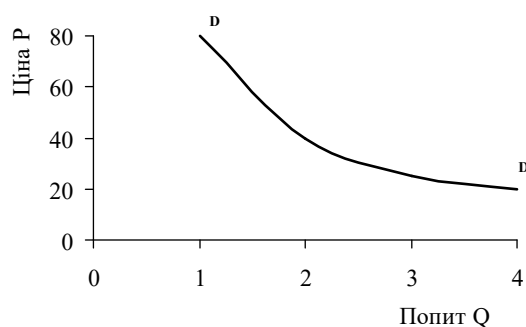
пшениці. Оскільки продукція конкурентної фірми абсолютно аналогічна продукції будь-якої іншої фірми, не можна встановлювати ціну на неї вище за ту, яка склалася на ринку. А у випадку, коли один і той же товар реалізується багатьма фірмами і одна з них подвоїть або почотверить виробництво, то цього буде замало, щоб зробити помітний вплив на ринкову ціну.

Отже, згідно з визначенням, "досконалим конкурентом" є той, хто може продати все, що він захоче, за існуючою ринковою ціною, але не в змозі помітно впливати на неї у бік підвищення або зниження. У свою чергу "повністю конкурентною галуззю" є така галузь, яка складається виключно з численних досконалих конкурентів. Така галузь може мати певного роду організований механізм котирування або біржу, де встановлюються ціни.

Критерієм досконалості або недосконалості конкуренції на ринку певного товару виступає кут нахилу кривої попиту на нього (рисунок 1).



а – досконала конкуренція



б – недосконала конкуренція

Рисунок 1 – Криві попиту в умовах досконалої і недосконалої конкуренції

Досконалій конкуренції притаманні певні *риски*:

- безліч продавців і покупців;
- однорідність і подільність товарів, що продаються;
- відсутність бар'єрів для входу на ринок та виходу з нього;
- висока мобільність факторів виробництва;
- рівний і повний доступ усіх учасників ринку до інформації, наприклад про ціни товарів.

У разі, коли хоч би однієї з цих ознак бракує, конкуренція називається *недосконалою*. У разі, коли ці ознаки штучно

видаляються з метою заняття монопольного положення на ринку, ситуацію іменують *недобросовісною конкуренцією*.

Прикладами ринків з ознаками досконалої конкуренції можна назвати фондовий ринок, а також ринки окремих сільськогосподарських товарів (пшениця, картопля).

2 ПОНЯТТЯ ПРИБУТКУ

Діяльність майже всіх підприємств спрямована на отримання прибутку. Винятком можуть бути такі організації, як державні дошкільні заклади, школи та поліклініки, а також деякі благодійні фонди.

У загальному випадку *прибуток* – це різниця між доходами (виручка від реалізації товарів і послуг) і витратами на виробництво, або придбання й збут цих товарів та послуг.

При з'ясуванні пропонування підприємства в умовах досконалої конкуренції важливим показником є поняття *нормального прибутку*. Наприклад, підприємець доставляє товар з оптового ринку до власного овочевого кіоску на власному автомобілі, який до того ж і розвантажує власними силами. Він витрачає власний час на пошук та закупівлю товару. Як підприємцю відшкодувати знос автомобіля, витрачений час та сили? Звісно, врахувавши їх у собівартості продукції, товарів або послуг.

Також підприємець міг не витратити коштів на виробництво продукції, а покласти їх, наприклад, на депозит, що дозволить йому одержати з цих коштів певний відсоток прибутку.

На базі цих прикладів сформулюємо визначення *нормального прибутку*: це може бути прибуток на вкладений капітал, який могло б отримувати підприємство, якби капітал був використаний простим, звичайним способом, тобто наданий у вигляді позики; також, це частина прибутку, що покриває витрати підприємства, не включені у витрати, не відбиті в підприємницьких витратах згідно бухгалтерської документації. Тобто, поняття "*нормальний прибуток*" є тотожним поняттю "*нульова рентабельність*".

Економічний прибуток – це чистий прибуток, що залишається у підприємства після вирахування всіх витрат, включаючи альтернативні витрати розподілу капіталу власника. Власне цей термін мається на увазі, коли мова йде про прибуток: кошти, які залишаються у розпорядженні підприємства після вирахування виробничих витрат, витрат на розподіл (реалізацію) продукції, податків і т. ін.

Валовий прибуток – різниця між виручкою від реалізації продукції (послуг) і собівартістю цієї продукції (послуг).

3 ПРОПОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Як підприємство, маючи дані про витрати й попит і бажаючи одержувати максимальний прибуток, визначає величину пропонування своєї продукції?

Розглянемо такий приклад. Фермерське підприємство вирощує картоплю, ринкова вартість якої становить 2,0 грн/кг. Картопля реалізовується сітками масою 20 кг, тобто ринкова вартість однієї сітки становить $P=40$ грн/сітку. Дані про загальні витрати підприємства в залежності від обсягу випущеної продукції наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Залежність загальних витрат фермерського підприємства від обсягу вирощеної картоплі

Обсяг випуску Q, тис. сіток	0	1	2	3	4	5
Загальні витрати ТС, тис.грн	55	85	110	130	160	210

Розрахуємо економічні показники роботи підприємства. Нам потрібно розрахувати такі показники:

- загальні постійні витрати TFC;
- загальні змінні витрати TVC;
- загальні середні витрати AC;
- середні змінні витрати AVC;
- граничні витрати MC;

- загальна виручка (загальний дохід) TR;
- прибуток П;
- граничний дохід MR.

Очевидно, що загальні постійні витрати підприємства становлять $TFC=55$ тис.грн. Результати розрахунків решти показників наведено в таблиці 2.

Таблиця 2 – Розрахунок економічних показників роботи фермерського підприємства з вирощування картоплі.

Q, тис. сіток	Економічні показники роботи підприємства, тис.грн							
	TC	$TVC=TC-TFC$	$AC=TC/Q$	$AVC=TVC/Q$	$MC=TC_2-TC_1$	$TR=P \cdot Q$	$\Pi=TR-TC$	$MR=TR_2-TR_1$
0	55	0	-	-		0	-55	40
1	85	30	85	30	30	40	-45	40
2	110	55	55	27,5	25	80	-30	40
3	130	75	43,3	25	20	120	-10	40
4	160	105	40	26,3	30	160	0	40
5	210	155	42	31	50	200	-10	40

Як видно з таблиці 2, лише при обсязі виробництва $Q=40$ тис. сіток підприємство не зазнаватиме збитків, тобто одержуватиме хоча б *нормальний прибуток*. Сформулюємо *правило максимізації прибутку*: максимальний прибуток можливий при такому обсязі виробництва або продажу, при якому граничні витрати MC дорівнюватимуть граничному доходу MR, який в умовах досконалої конкуренції дорівнюватиме ціні P

$$MC=MR=P. \quad (1)$$

Основна ідея цього визначення полягає в тому, що підприємство одержує додатковий прибуток до тих пір, поки ціна продукції перевищує граничні витрати. Валовий прибуток досягає свого піку тоді, коли неможливо одержати додатковий прибуток внаслідок реалізації додаткових одиниць продукції. У

точці, де прибуток є максимальним, виробництво ще однієї одиниці продукції принесе дохід, що дорівнюватиме витратам на виробництво цієї одиниці продукції. Що означає приріст доходу MR? Ціну одиниці продукції P. Що являє собою приріст витрат? Граничні витрати MC.

Рисунок 2 у графічній формі ілюструє наведені вище ствердження.

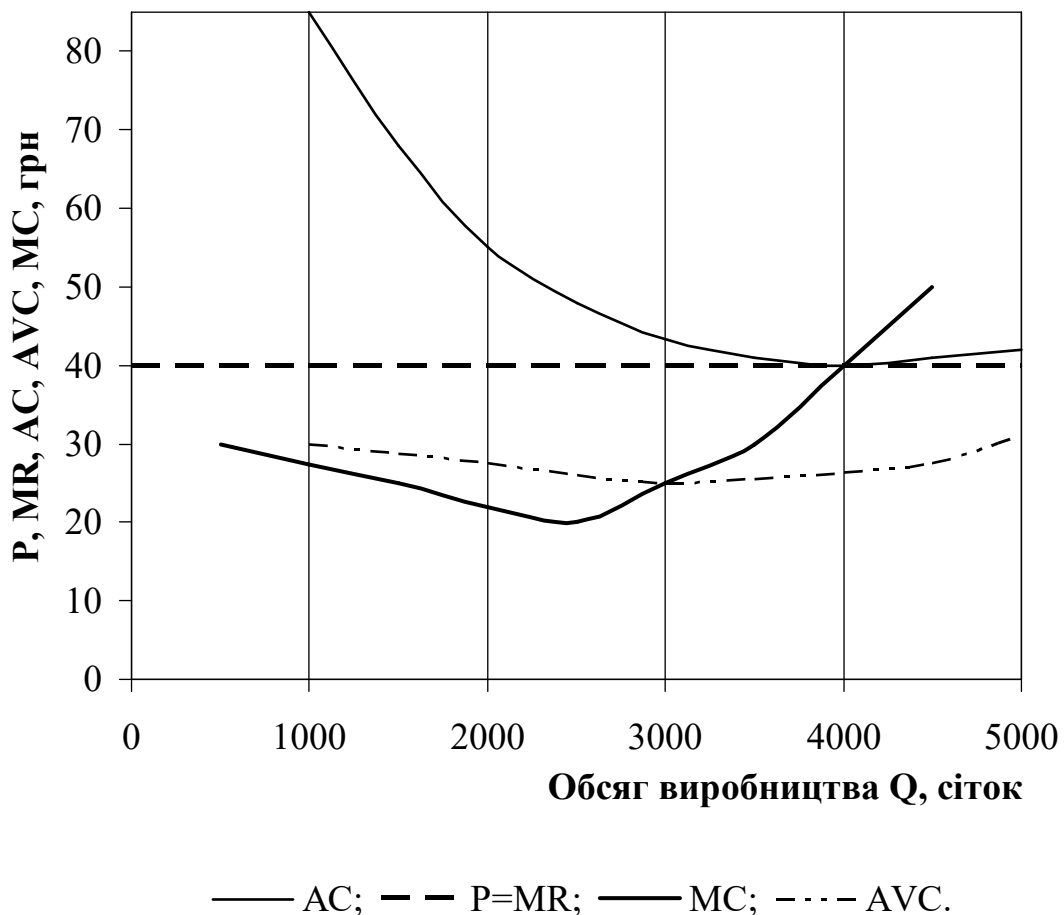


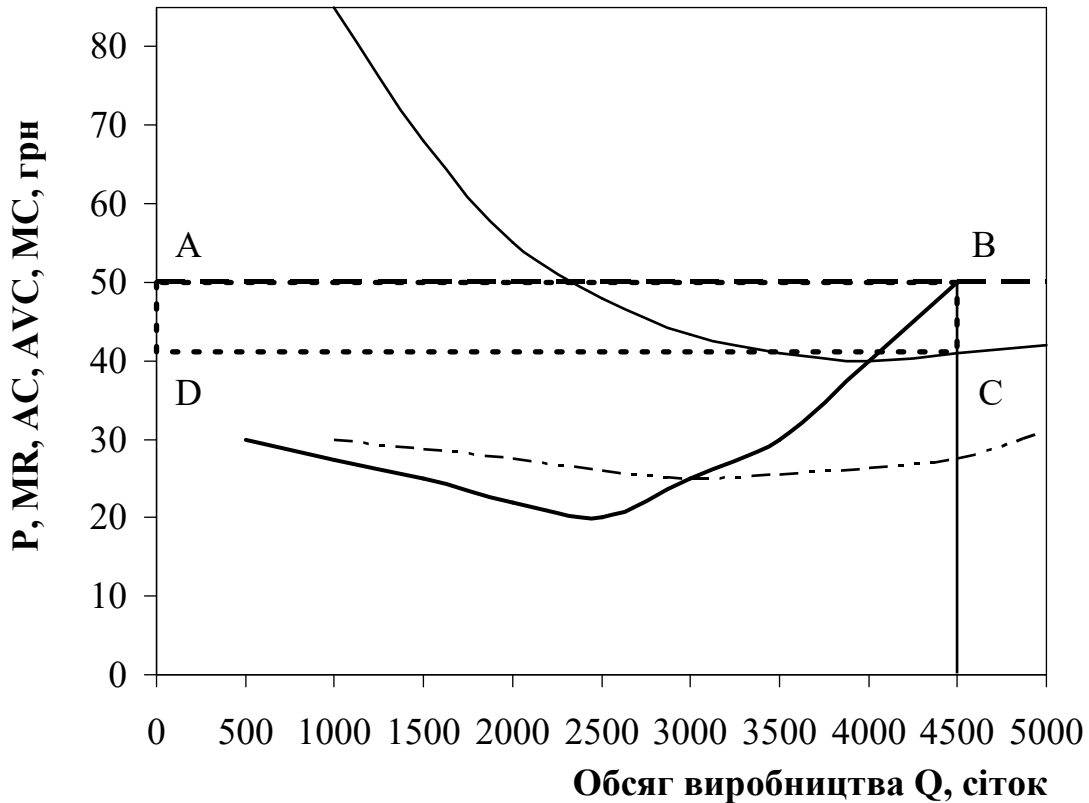
Рисунок 2 – Економічні показники роботи підприємства

З рисунка 2 видно, що:

- крива граничних витрат (MC) перетинає криві загальних середніх (AC) і середніх змінних (AVC) витрат у точці їх мінімумів;

- максимальний обсяг прибутку підприємство одержить при обсязі виробництва 4 тис. сіток і дорівнюватиме середнім витратам (AC).

Що робити керівництву даного підприємства, якщо ринкова ціна однієї сітки зросте до P=50 грн? Розглянемо рисунок 3.



— AC; - - P=MR; — MC; - - - - AVC.

Рисунок 3 – Економічні показники роботи підприємства при ціні одиниці продукції $P=50$ грн

Згідно з правилом (1) обсяг виробництва необхідно збільшити до рівня 4,5 тис. сіток. При цьому підприємство одержить економічний прибуток, обсяг якого становитиме

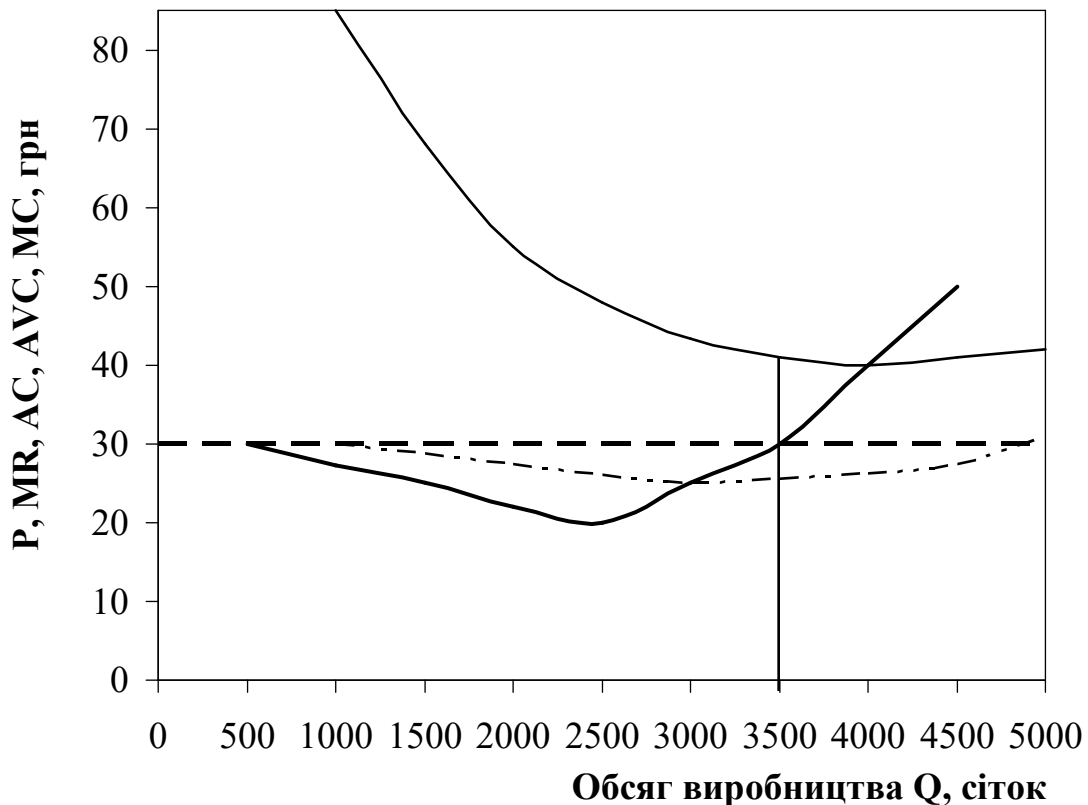
$$\Pi = P \cdot Q - AC \cdot Q, \quad (2)$$

$$\Pi = 50 \cdot 4500 - 42 \cdot 4500 = 36000 \text{ грн.}$$

Обсяг прибутку Π відображає площа прямокутника ABCD (рисунок 3).

А що робити керівництву підприємства у випадку, коли ринкова ціна одиниці продукції знизиться з 40 до 30 грн за сітку? Поглянемо на рисунок 4. Згідно з правилом (1) обсяг виробництва необхідно зменшити до 3500 сіток. Згідно з формулою (2) розрахуємо обсяг прибутку

$$\Pi = 30 \cdot 3500 - 41 \cdot 3500 = -38500 \text{ грн.}$$



— AC; - - P=MR; — MC; - - - - AVC.

Рисунок 4 – Економічні показники роботи підприємства при ціні одиниці продукції $P=30$ грн

У разі зупинки виробництва підприємство зазнаватиме витрат у вигляді загальних постійних витрат TFC, розмір яких складе 55 тис. грн (таблиця 1). Тобто збитки від виробництва (38,5 тис. грн) будуть меншими, ніж збитки від простою (55 тис. грн). В умовах досконалої конкуренції керівництво підприємства не може вплинути на ринкову ціну на власну продукцію, але воно матиме певний час для пошуку можливості зменшення її собівартості.

До яких же пір підприємству буде вигідніше продовжувати виробництво із збитками? Напевне до тих пір, поки збитки від простою не зрівняються із збитками від виробництва (рисунок 5). Згідно з правилом (1) обсяг виробництва необхідно зменшити до 3000 сіток. Згідно з формулою (2) розрахуємо обсяг прибутку

$$\Pi = 25 \cdot 3000 - 43,3 \cdot 3000 = -55000 \text{ грн.}$$

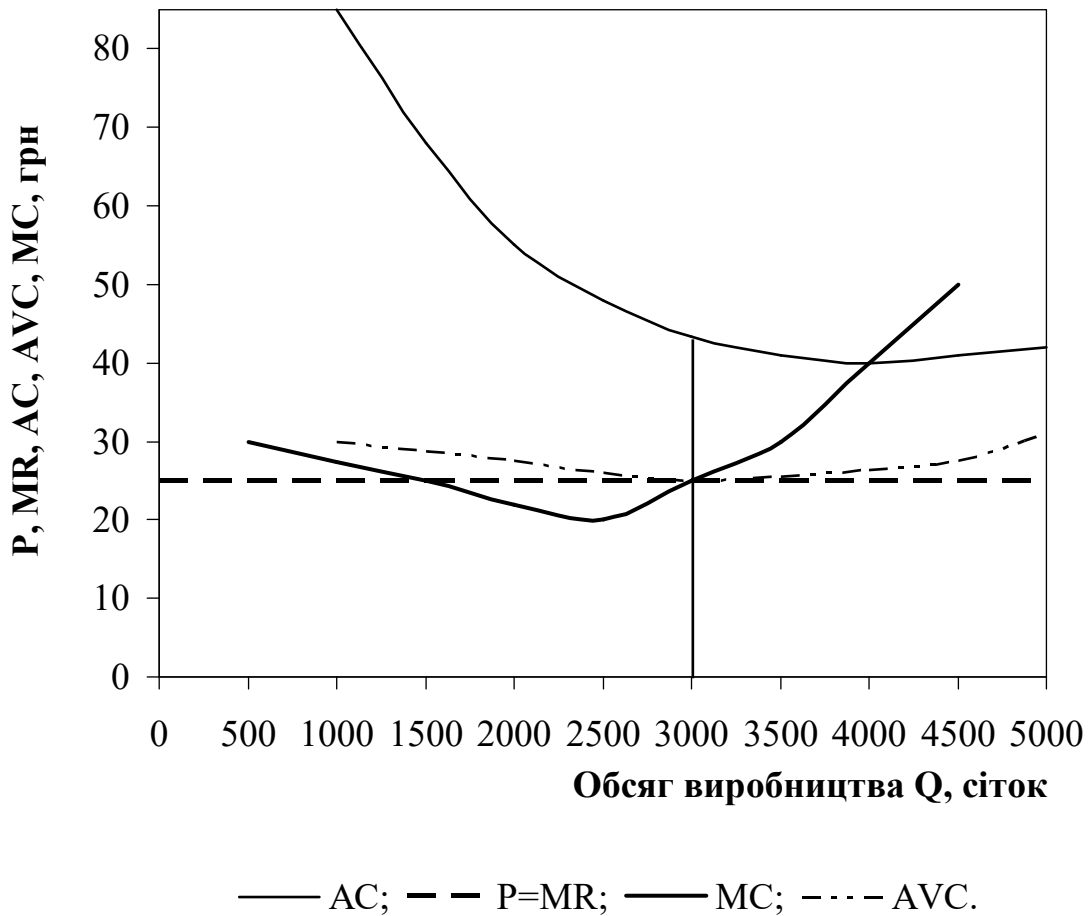


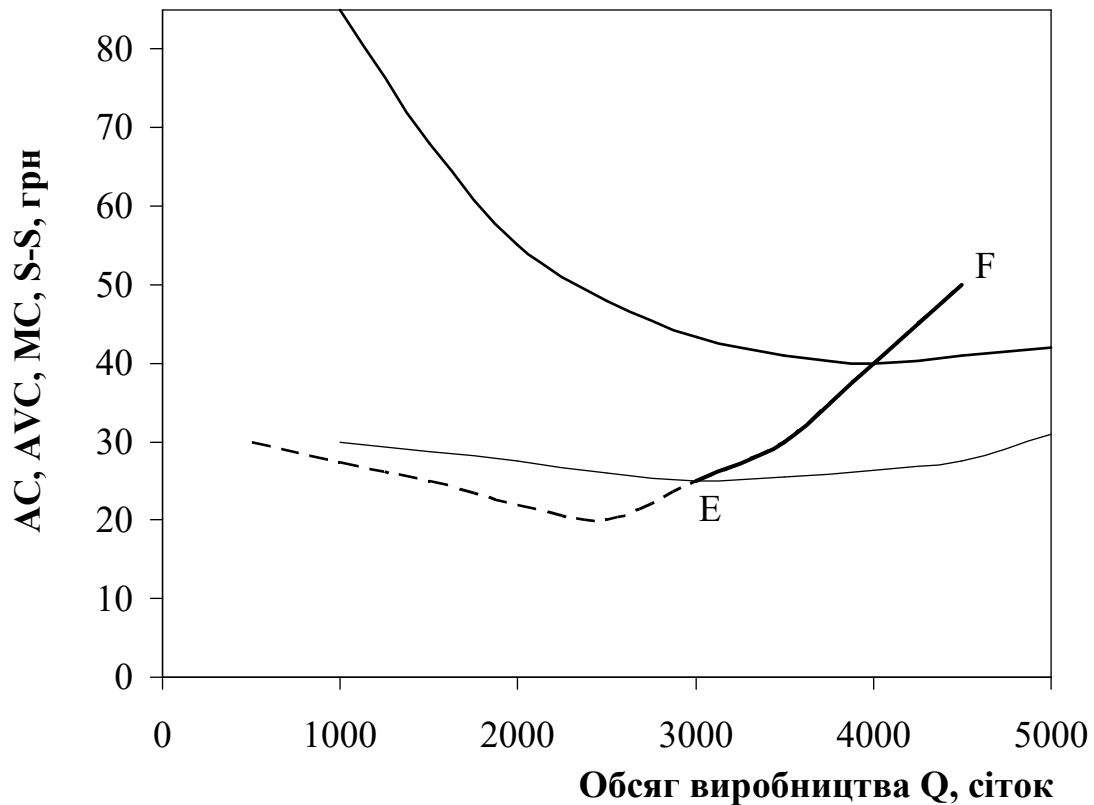
Рисунок 5 – Економічні показники роботи підприємства при ціні одиниці продукції $P=25$ грн

На базі рисунка 5 і висновків до нього можна сформулювати умову закриття підприємства: виробництво необхідно зупинити тоді, коли ціна одиниці продукції P стане меншою мінімальних середніх змінних витрат

$$P < AVC_{\min}. \quad (3)$$

Проаналізуємо пропонування даного підприємства у залежності від ринкової вартості одиниці продукції: при ціні 50 грн за сітку підприємство було готовим запропонувати покупцям 4500 од., при ціні 40 грн – 4000 од., при ціні 30 грн – 3500 од., при ціні 25 грн – 3000 од. При ціні, меншій за 25 грн, підприємству не вигідно реалізовувати свою продукцію. Всі ці

рівні пропонування підприємства завжди узгоджувались із правилом (1). Тобто *крива пропонування підприємства* – це частина кривої граничних витрат підприємства (MC), що проходить вище точки перетину цієї кривої з кривою середніх змінних витрат AVC (відрізок EF, рисунок 6).



— AC; - - - MC; — S-S — AVC.

Рисунок 6 – Побудова кривої пропозиції підприємства

4 ГАЛУЗЬ В УМОВАХ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

До сих пір ми розглядали проблеми окремо взятого підприємства. Але конкурентний ринок складається з великої кількості подібних підприємств. Тому буде корисним знати особливості поведінки їх усіх. На рисунку 7 наведені криві пропозиції двох підприємств (підприємства 1 – S1-S1, підприємства 2 – S2-S2). Щоб побудувати криву пропонування галузі в цілому, необхідно скласти по горизонталі криві пропонування цих підприємств (рисунок 8).

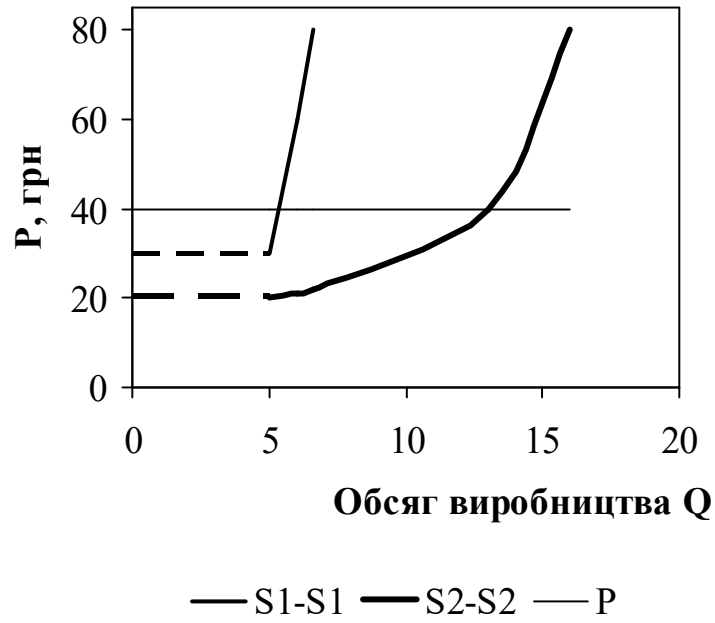


Рисунок 7 – Криві пропонування підприємств галузі

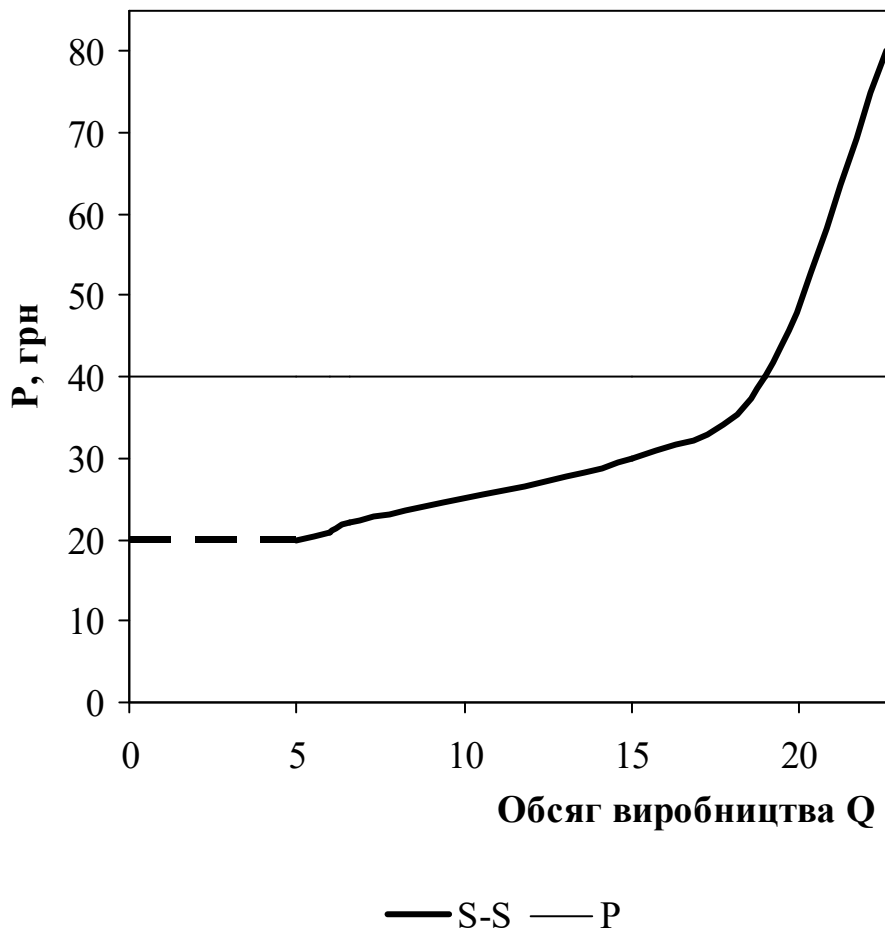


Рисунок 8 – Крива пропонування галузі

У 1890 році видатний англійський економіст Альфред Маршалл (1842-1924 р.) видав свою головну працю "Принципи економічної науки", яка на багато десятиріч стала основним підручником з основ економіки у США, Англії та інших країнах. У цій праці А. Маршалл виклав інструменти аналізу попиту і пропонування, які використовуються усім світом і досі. Саме він побачив, що у короткостроковому періоді зміщення кривої попиту призводить до зміни ціни, а не до зміни кількості продукції, що є притаманним для довгострокового періоду. Тому для зручності ринкову рівновагу будемо розглядати у двох періодах часу. При короткостроковій рівновазі будь-яка зміна обсягу виробництва відбувається при постійній величині основного капіталу. При довгостроковій рівновазі всі фактори виробництва (капітал, праця і т.п.) стають змінними, тобто є можливість ліквідувати старі підприємства, створити нові, старі підприємства можуть залишити галузь, а нові – вступити до неї.

Розглянемо такий приклад. Припустимо, економічна ситуація в галузі дає можливість підприємствам-учасникам одержувати певний економічний прибуток, іншими словами, галузь є прибутковою. Рівновага такої галузі відображена на рисунку 9.

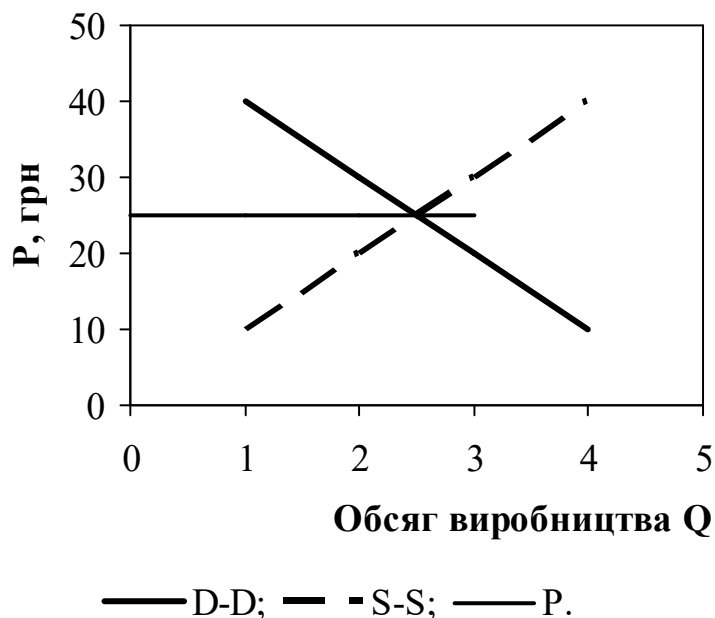


Рисунок 9 – Ринкова рівновага галузі в короткостроковому періоді

У довгостроковому періоді така прибутковість галузі привабить інших підприємців, пропонування на ринку збільшиться, і це призведе до зменшення ринкової ціни, що у свою чергу зменшить обсяг прибутку кожного з підприємств галузі (рисунок 10). Падіння ціни триватиме до тих пір, поки вона не зрівняється з мінімальними середніми змінними витратами AVC підприємств (формула (3)). Після цього деякі підприємства почнуть залишати галузь, що припинить падіння ціни. При істотному зменшенні кількості підприємств в галузі можливе поступове зростання ринкової ціни на продукцію галузі.

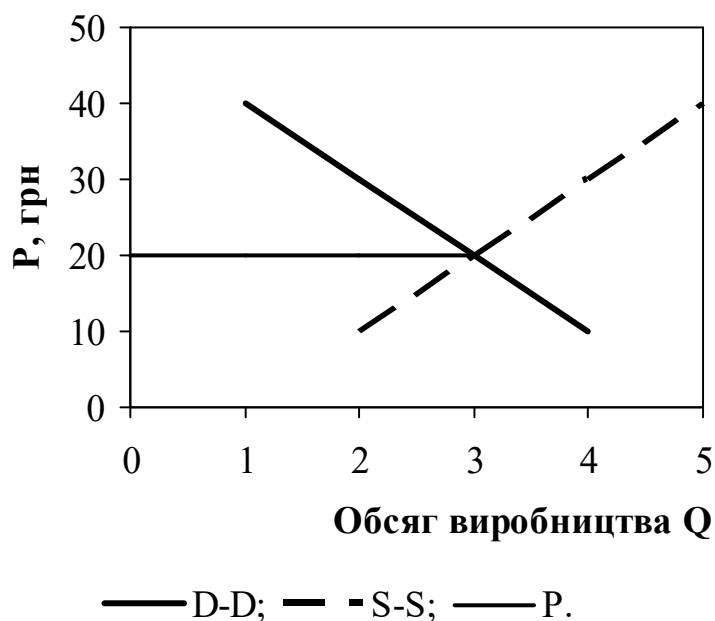


Рисунок 10 – Ринкова рівновага галузі в довгостроковому періоді

На основі цього прикладу сформулюємо *правило довгострокової рівноваги галузі*: якщо галузь складається з конкурентних підприємств з однаковими витратами і ці підприємства можуть вільно входити в галузь і так само вільно виходити з неї, то ринкова ціна P продукції такої галузі дорівнюватиме граничним витратам MC і мінімальним довгостроковим середнім змінним витратам AVC кожного підприємства. Це і є умовою нульового економічного прибутку.

ВИСНОВКИ

Дія конкурентних сил сприяє тому, що всі підприємства і галузі прагнуть до рівноваги при нульовому прибутку. Якщо галузь стає прибутковою, вона виявляється привабливою для нових підприємств, чия поява в ній у свою чергу призводить до зниження ціни і відсутності прибутку. І навпаки, у збиткових галузях відбувається відтік підприємств, які прагнуть знайти вигідніші для себе сфери діяльності. У результаті ціни і прибуток зростають. Рівновага конкурентної галузі в довгостроковому періоді характеризується відсутністю економічного прибутку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Микро-, макроэкономика. Практикум / Под общ. ред. Ю.А. Огибина. – С.Пб.: Литература плюс, 1994. – 432 с.
- 2 Самуэльсон П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т.1. – 334 с.
- 3 Самуэльсон П. Экономика. – М.: МГП "Алгон", 1992. – Т.2. – 416 с.
- 4 Самуэльсон П.Э., Нордхаус В.Д. Экономика: Пер. с англ. – 16-е изд. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 688 с.

