

УДК

Хабурська М. – ст. гр. БКм-51

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

СУТНІСТЬ ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Науковий керівник: к.е.н., професор Федорович Р.В.

За умов досконалої конкуренції (perfect competition) ринкова ситуація характеризується поліполією, тобто великою кількістю продавців і покупців того самого товару. Зміни в ціні товару викликають відповідну реакцію тільки серед покупців, але не серед інших продавців.

Також досконала конкуренція характеризується тим, що ринок є відкритим для кожного. Рекламні кампанії за цих умов не є надто важливими, бо для продажу пропонується тільки гомогенні (однорідні) товари, ринок є прозорим і відсутні будь-які переваги. Для учасників ринку за умов досконалої конкуренції ціна – це задана величина. Тому продавець може лише вирішувати, яку кількість товару він захоче запропонувати за даною ціною. Це означає, що він одночасно акцептант ціни і регулятор кількості. Хоча ціна й формується в процесі конкуренції серед всіх учасників ринку, але водночас кожен окремий продавець не здійснює жодного прямого впливу на ціну. Якщо продавець запроваджує більш високу ціну, всі покупці відразу ж переходять до його конкурентів.

Якщо ж продавець запроваджує більш низьку ціну, то він не в змозі задовольнити весь попит, який буде орієнтовано на нього, через його незначну частку на ринку, при цьому прямого впливу на ціну з боку цього конкретного продавця не відбувається.

Якщо продавець змушений згодитися з цінами, що переважають на ринку, то він може пристосуватися до ринку шляхом регулювання обсягу свого продажу. В цьому разі він визначає кількість, яку він розраховує продати за заданою ціною. Покупцеві також залишається тільки обрати, скільки він захоче отримати товару за заданою ціною.

Умови досконалої конкуренції визначаються наступними параметрами:

- велика кількість продавців і покупців, жоден з яких не має помітного впливу на ринкову ціну і кількість товару;
- кожен продавець виробляє однорідний продукт, який в жодному відношенні не відрізняється від продукту інших продавців;
- бар'єри для входу на ринок в довгостроковому аспекті або мінімальні, або взагалі відсутні;
- жодних штучних обмежень попиту, пропозиції або ціни не існує і ресурси – змінні фактори виробництва – мобільні;
- кожен продавець і покупець має повну й правильну інформацію про ціну, кількість продукту, витрати й попит на ринку.

Отже, зрозуміло, що жоден реальний ринок не задовольняє всім перерахованим умовам. Тому схема досконалої конкуренції має здебільшого теоретичне значення. Проте вона є ключем до розуміння більш реальних ринкових структур. Саме в цьому її цінність.