

10.10.2022

Група М-1

Предмет «Економічна теорія та аналіз»

Урок 35-36

Тема: «Сутність конкуренції. Принципи конкурентної боротьби. Види конкуренції»

Сучасна ринкова економіка являє собою складний організм, що складається з різноманітних виробничих, комерційних, фінансових та інформаційних структур, які взаємодіють на тлі розгалуженої системи правових норм, і об'єднуються єдиним поняттям - ринком.

За визначенням **ринок** - це організована структура, де «зустрічаються» виробники і споживачі, продавці і покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів (попитом називається кількість товару, яку споживачі можуть купити за певною ціною) і пропозиції виробників (пропозиція - це кількість товару, яку виробники продають за певною ціною) встановлюються і ціни товарів, і обсяги продаж.

При розгляді структурної організації ринку визначальне значення має кількість виробників (продавців) і кількість споживачів (покупців), що беруть участь у процесі обміну загального еквіваленту вартості (грошей) на якийсь товар. Ця кількість виробників і споживачів, характер і структура відносин між ними визначають взаємодію попиту і пропозиції.

Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є поняття конкуренції (competition). **Конкуренція** - це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Стимулом, що спонукає людину до конкурентної боротьби, є прагнення перевершити інших. Предметом конкурентного суперництва на ринках є частки ринку, контрольовані тими чи іншими товаровиробниками.

Конкурентна боротьба - це динамічний процес, він сприяє кращому забезпеченню ринку товарами.

В якості засобів в конкурентній боротьбі для поліпшення своїх позицій на ринку компанії використовують, зокрема, якість виробів, ціну, сервісне обслуговування, асортимент, умови поставок і платежів, рекламу.



Види конкуренції

Цінова:

продавці впливають на попит за допомогою зміни ціни, тобто вони рухаються кривою попиту, змінюючи ціну.

Цінова конкуренція — гнучкий інструмент маркетингу, оскільки ціну можна швидко і легко змінювати, з огляду на фактори попиту.

Нецінова:

виділяють товари або послуги за допомогою реклами, пакування, постачання, сервісу, доступності товарів або послуг та інших маркетингових факторів.

Чим унікальніша пропозиція продавця з погляду споживача, тим більше влади у встановленні цін.

Серед сучасних вчених-економістів світового рівня найбільш аргументовано суть конкуренції визначає М. Портер – автор концепцій конкурентної стратегії і міжнародної конкурентоспроможності.. За М.Портером конкуренція - складний процес, що визначається взаємодією п'яти основних сил: суперництва вже існуючих на ринку конкурентів; появи нових конкурентів; появи нових конкурентоздатних товарів (замінників); конкурентною здатністю постачальників (продавців); можливостями покупців (рис.1).

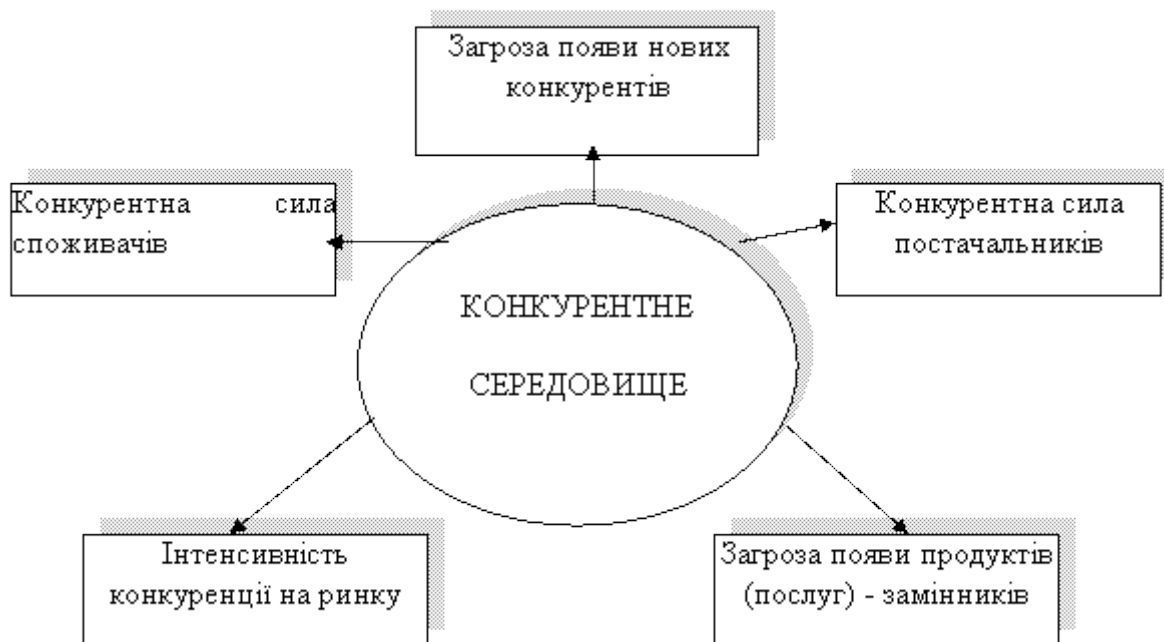


Рис. 1. Сили, що визначають стан конкурентної боротьби (за М.Портером)

Названі вище п'ять сил конкуренції визначають умови, в яких функціонує кожен конкурентний ринок.

Створення конкурентного середовища й подолання монополізму є одним з найважливіших напрямів економічної реформи в Україні. Ще в Законі про економічну самостійність України (серпень 1990 р.) та в постанові Верховної Ради «Про проекти концепції та програми переходу Української РСР до ринкової економіки» (листопад 1990 р.) «передбачалося провести роздержавлення і приватизацію, створивши справжнє підприємницьке середовище і ринкову конкуренцію».

Проте здійснена в Україні приватизація ще не призвела до створення сприятливого для економічного зростання конкурентного середовища. Схоже на те, що «обмеження діяльності підприємств-монополістів для цього недостатньо, позаяк в наш час більше половини великих підприємств є монополістами у своїх галузях, і тому тільки приватизація, розкрупнення там, де це можливо, й зацікавленість у розвитку альтернативних недержавних виробництв може забезпечити нормальну конкуренцію на українському ринку».

Слово «concurrentia» в перекладі з латинської мови означає «змагання, суперництво». Як економічна категорія **конкуренція** – це боротьба між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за привласнення найбільших прибутків. Конкуренція виконує роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника запроваджувати науково-технічні досягнення, підвищувати продуктивність праці, вдосконалювати технологію, організацію праці тощо.

Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій). Вона сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача.

Конкуренція виконує в ринковій економіці наступні функції:

- функція регулювання;
- функція мотивації;
- функція розподілу;
- функція контролю.

Функція регулювання. Для того, щоби утриматися в боротьбі, підприємець має пропонувати вироби, яким віддає перевагу споживач. Отже і фактори виробництва під впливом ціни спрямовуються в ті галузі, де в них відчувається найбільша потреба.

- Функція мотивації.** Для підприємця конкуренція означає шанс та ризик одночасно:
- підприємства, які пропонують ліпшу за якістю продукцію або виробляють її з меншими виробничими витратами, отримують винагороду в вигляді прибутку (позитивні санкції). Це стимулює технічний прогрес;
 - підприємства, які не реагують на побажання клієнтів або порушення правил конкуренції своїми суперниками на ринку, отримують покарання в вигляді збитків або витісняються з ринку (негативні санкції).

Функція розподілу. Конкуренція не тільки включає стимули до вищої продуктивності, але і дозволяє розподіляти доход серед підприємств і домашніх господарств у відповідності з їхнім ефективним внеском. Це відповідає панівному в конкурентній боротьбі принципу винагородження за результатами.



Функція контролю. Конкуренція обмежує й контролює економічну потужність кожного підприємства. Наприклад, якщо монополіст може призначати єдино можливу ціну, то конкуренція надає покупцеві можливість вибору серед декількох продавців. Чим досконаліше конкуренція, тим справедливіше ціна.

Залежно від сфери і характеру конкурентної боротьби розрізняють внутрішньогалузеву, міжгалузеву, досконалу і недосконалу, міжнародну та олігополістичну конкуренцію (рис.2).

Внутрішньогалузева конкуренція — це економічна боротьба між окремими

підприємствами всередині кожної галузі за одержання більшого прибутку. Вона ведеться головним чином шляхом запровадження нової техніки і нових технологій з метою зниження індивідуальних витрат виробництва. Знижуючи індивідуальні витрати і реалізуючи продукцію за ринковими цінами, підприємці отримують вищий прибуток.

Міжгалузєва конкуренція – це економічна боротьба між підприємствами різних галузей за одержання більшого прибутку. Ця конкуренція ведеться шляхом переміщення вільних капіталів у ті галузі виробництва, в яких можна одержати на аналогічний капітал вищий прибуток. Унаслідок вкладання додаткових капіталів виробництво товарів у прибуткових галузях швидко зростає, пропозиція товарів збільшується, ціни знижуються і поступово знижується прибуток. Отже, міжгалузєва конкуренція зумовлює тенденцію вирівнювання норм прибутку в різних галузях.

Досконала або чиста конкуренція має місце там і тоді, коли на ринку є велика кількість продавців. Вони продають продукцію, яка має однакові якісні параметри або цілком ідентична (наприклад, цемент певної марки, пшеницю певного сорту тощо). І кожен продавець не може призначити ціни, вищої за ринкову, бо покупці будуть купувати товари в інших продавців за ринковою ціною. Отже, виробник не може впливати на ринкову ціну ринковими методами. В умовах досконалої конкуренції виробник добре знає, що пропонувати вищу ціну на

власний товар марно, бо не буде збуто, а зниження ціни зумовить зменшення прибутку. Виробник повинен пристосовуватися до ціни. І з метою збільшення своїх прибутків він повинен знижувати витрати виробництва.

Недосконалою конкуренція є тоді, коли на ринку є багато продавців будь-якого товару, але серед них є такі, що пропонують велику кількість продукції, мають витрати виробництва, нижчі від середніх, і можуть знижувати ціни з метою перемоги конкурентів. Така конкуренція веде до монополії. Тому в неї повинна втручатися держава й обмежувати вплив монополізму.

Конкуренція	
Види конкуренції	Методи конкурентної боротьби
Внутрішньогалузева конкуренція	Впровадження нової техніки, нових технологій з метою зниження витрат виробництва
Міжгалузева конкуренція	Переміщення вільних капіталів у ті галузі, де висока норма прибутку
Досконала або чиста конкуренція	Впровадження НТП і зниження витрат виробництва
Недосконала конкуренція	Обман споживачів, підкуп, порушення законів
Міжнародна конкуренція	Впровадження НТП, зниження витрат виробництва, переміщення капіталів
Олігополістична конкуренція	Зниження ціни, поліпшення якості, використання реклами, надання післяреалізаційного обслуговування

Рис. 2. Конкуренція і методи конкурентної боротьби

Міжнародна конкуренція — це економічна боротьба виробників різних країн на світовому ринку. Вона може бути внутрішньогалузевою і міжгалузевою. У ній домінують компанії розвинутих країн. У сучасних умовах вона найбільше проявляється на ринку військової техніки, автомобілів, засобів зв'язку, інших видів нових машин приладів і технологій.



Олігополістична конкуренція. На олігополістичний ринок товари постачає небагато виробників. Деякі галузі можуть бути представлені декількома фірмами. Отже, тут конкурує невелика кількість фірм, які можуть впливати на ринкову ціну. Зниження ціни однією фірмою змушує робити це інші фірми. Невелика кількість фірм пояснюється тим, що новим виробникам важко включитися в цю галузь виробництва. Переважно це пов'язано з обмеженістю ресурсів. Новим фірмам також важко знайти ринки збуту, бо ринок уже насичений.

Домашнє завдання:

1. Законспектувати та вивчити викладений вище матеріал.
2. Відомо, що в умовах ринкової економіки повністю ліквідувати монополію неможливо. Поясніть, чому.
3. Що таке олігополія? Чим відрізняється олігополія від монополії?

Усі виконані завдання надсилайте на електронну адресу gr.ev@ukr.net з підписом у темі листа «ПБ, № групи та назва навчальної дисципліни»