**Тема: Конкуренція і монополія**

**План**

**1. Сутність конкуренції, її типи та методи.**

**2. Види конкуренції.**

**3. Наслідки конкурентної боротьби.**

1. **Конкуренція** – це економічна боротьба учасників ринку за найбільш вигідні умови виробництва й збуту товарів з метою одержання максимального прибутку. По суті, конкуренція - це боротьба за досягнення кращих умов доступу до обмежених ресурсів суспільства.

Саме в ході конкурентної боротьби в ринковій економіці вирішуються питання: "Що? Як? Для кого?" виробляти.

Конкуренція - спосіб ефективного розподілу обмежених ресурсів суспільства. Конкуренція - невід'ємна риса ринкової економіки.

**Основними характеристиками конкурентноздатності (конкурентоспроможності товару) є якість продукції і ціна товару.**

 У ринковій економіці на конкуренцію **покладено ряд функцій:** регулювання, мотивації, розподілення, контролю, сануюча та інформаційна.

**Функція регулювання** полягає в тому, що основні виробничі фактори спрямовуються саме у ті сфери, які потребують їх найбільше і де вони будуть використані найефективніше. Це пов'язано з необхідністю для підприємців виробляти ті товари (надавати послуги, виконувати роботи), які потрібні споживачеві.

Змістом **функції мотивації** є здатність конкуренції стимулювати підприємців пропонувати на ринок найкращі товари за найнижчими цінами, а також знижувати витрати на їх виробництво. Утриматися на ринку, де панує конкуренція, і при цьому отримати прибуток можливо, лише якщо. виконувати зазначені вимоги.

**Функція розподілення -** прибуток перерозподіляється на користь підприємців, які використали свої ресурси найпродуктивніше.

**Сануюча функція** - очищення ринок від слабких виробників;

**Інформаційна функція** - диктує ринку скільки і яких товарів треба виробляти;

**Функція контролю** дає змогу не допустити неефективної діяльності підприємців, а також не дозволяє окремим підприємцям необмежене панувати на ринку і нав'язувати споживачам та іншим учасникам ринку свої правила гри.

***Типи конкуренції***

Конкуренція поділяється на: внутрішньогалузеву, міжгалузеву та міжнародну.

1. **Внутрішньогалузева** - між підприємствами однієї галузі.

2. **Міжгалузева** - полягає в тому, що потенційний інвестор схильний вкладати капітал у виробництво тих видів продукції, які можуть принести максимальний прибуток з мінімальним ризиком фінансових втрат.

3. **Міжнародна** - являє собою конкуренцію виробників на світовому ринку і включає в себе як внутрігалузеву, так і міжгалузеву форми конкуренції. На світовому ринку домінуюча роль належить компаніям найбільш розвинутих країн.

***Методи конкуренції***

**Цінова конкуренція** - це боротьба між товаровиробниками за споживача (покупця), яка передбачає продаж однорідних і приблизно однакових за якістю товарів і послуг за більш низькими цінами ніж у конкурентів .

**Нецінова конкуренція** - це боротьба між великими товаровиробниками за споживачів (покупців) методами підвищення якості й надійності товарів, поліпшення їх асортименту та сервісного обслуговування споживачів, надання кредиту для покупців, реклами тощо.

 Конкуренція буває **добросовісна і недобросовісна (шантаж, підкуп, шпіонаж, підробка товарних знаків, дезінформація споживарів, нечесна реклама та інші).** Прикладом здорової конкуренції в Україні може бути конкуренція на ринку роздрібної торгівлі. Так, на ринку існують великі гравці - "Велика кишеня", "Сільпо", «АТБ-маркет», "Фуршет", "Мегамаркет", і більш дрібні: "Екомаркет", "Чумацький шлях". Також у невеликих містах працюють дуже дрібні продавці товарів, що не заважає їм отримувати прибуток і конкурувати з більшими.

1. **Виділяють наступні види конкуренції:**

**Досконала конкуренція**

**Досконала (або чиста) конкуренція** - це така модель ринку, при якій вплив кожного учасника економічного процесу на загальну ситуацію настільки малий, що ним можна знехтувати.

Ознаки досконалої конкуренції:

* на ринку знаходиться багато незалежних продавців і покупців даного продукту.
* ніким і нічим не обмежений доступ на ринок і такий самий вихід з нього всіх бажаючих.
* фірми, що конкурують, випускають стандартизовану продукцію.
* в умовах чистої конкуренції відсутній будь-який вплив окремої фірми на рівень ринкової ціни. Учасники ринкових угод мають вичерпну і вчасну інформацію про якість товару, ціни і вигоду торгівлі.

**Монополістична конкуренція**

**Монополістична конкуренція -** ринкова структура, у якій велика кількість фірм виробляють диференційовану продукцію, тобто таку, яка немає близьких замінників.

Ознаки ринку монополістичної конкуренції:

* Існування великої кількості фірм;
* Диференційований тип товару;
* Контроль за цінами існує в вузьких межах;
* Порівняно легкі умови вступу в галузь;
* Нецінова конкуренція акцентує увагу на рекламі, торгових марках та знаках;
* Доступ до інформації має деякі обмеження.

**Олігополія**

**Олігополія** - ринкова структура, представлена декількома великими фірмами, що контролюють виробництво і збут основної маси продукції

Основні риси олігополістичного ринку:

* Домінування кількох фірм;
* Тип продукту – диференційований та стандартизований;
* Контроль за цінами обмежений взаємною залежністю;
* Існування істотних перешкод для вступу в галузь;
* Типова нецінова конкуренція – якість, реклама, паблік-рилейшнс;
* Доступ до інформації істотно обмежений.

**Монополія**

 **Монополія -** ринок, де є тільки один виробник, який повністю контролює обсяг виробництва й дуже сильно впливає на ціну. Монополія - головний ворог конкуренції.

Основні риси монополістичного ринку:

* Існування на ринку однієї фірми;
* Унікальний тип продукту, тобто такий, що не має замінників;
* Значний контроль за цінами;
* Вступ в галузь блокований (захищене патентом, авторським правом, ліцензією, товарним знаком);
* Нецінова конкуренція – реклама, паблік-рилейшнз;
* Повне обмеження доступу до інформації.

*Прикладом* є державна монополія комунальних послуг: газо-, водо-, електро-, теплопосточання, оборона, телефони, газові компанії та ін.

В країні з ринковою економікою з монополізмом ведеться боротьба на державному рівні. Однак, є галузі, де монополія просто необхідна: виробництво атомної зброї, електромережі, тепломережі тощо.

Негативні наслідки існування монополій в економіці проявляється за такими трьома напрямками: нераціональне господарювання, встановлення завищених цін на продукцію (послуги), неналежна якість. Протидія негативним наслідкам, здебільшого, проявляється у формі державного регулювання діяльності монополій.

1. Як будь-який суспільний процес, конкуренція має й нега­тивні наслідки.

**Позитивні наслідки:**

* Сприяє розвитку науково-технічного прогресу;
* Змушує економити ресурси, знижувати ціну;
* Веде до покращення якості продукції та обслуговування споживачів;
* Вирівнює рівень заробітної плати у різних сферах економіки.
* Швидко та гнучко реагує і адаптується до змін.
* Забезпечує свободу вибору і дій споживачів і виробників.

**Негативні наслідки:**

* Створює умови для безробіття, інфляції, банкрутства окремих підприємств;
* Веде до збільшення диференціації доходів та створює умови для їх несправедливого розподілу;
* Сприяє виникненню економічних криз;
* Виступає важливим фактором монополізації економіки.
* Погано впливає на екологію.
* Не фінансує соціальну сферу населення (наука, освіта, медицина, міська інфраструктура)
* Не сприяє збереженню невідновлювальних ресурсів (тварини, ліс, вода, корисні копалини та інше).