

Лекція №10

Тема: Конкуренція і монополія. Теорія ринкових структур.

1. Сутність та умови виникнення конкуренції. Економічний аналіз конкуренції.
2. Методи і способи конкурентної боротьби. Типи конкуренції.
3. Теорія ринкових структур. Типи ринкових структур.

Література: 1) Економічна теорія /за ред. Базилевича В.Д., К.: «Знання-Прес», 2012, с. 233-264; 2) Федоренко В.Г. Основи економічної теорії, К.: Алеута, 2011, с.161-169.

1. Сутність та умови виникнення конкуренції. Економічний аналіз конкуренції.

Розвиток країн світу однозначно свідчить, що ефективне функціонування ринкової економіки зумовлюється наявністю конкуренції, за якої всі суб'єкти господарювання мають рівні можливості для здійснення господарської діяльності.

Конкуренція – це потужний інструмент ринкової економіки, рушійна сила, яка примушує виробників підвищувати ефективність виробництва, знижувати виробничі затрати, підвищувати якість продукції, прискорювати впровадження новітніх технологій.

Конкуренція (від лат. *conspicere* – зіткнення, зіштовхування).

Конкуренція як економічна категорія – це сукупність економічних відносин між суб'єктами ринкового господарства, в яких виражається суперництво, боротьба за найбільш вигідні умови виробництва, продажу й купівлі товару.

В силу своєї суперечливої природи конкуренція несе в собі одночасно як позитивні, так і негативні наслідки й дії.

Позитивні наслідки конкуренції:

- сприяє розвитку НТП, оскільки примушує пильно стежити а науково-технічними новинками й активно впроваджувати їх у виробництво;
- примушує економити ресурси, сприяє зниженню цін;
- веде до покращення якості продукції й обслуговування споживачів;
- вирівнює норму прибутковості і рівень зарплати в усіх сферах економіки;
- позбавляє ринок від суб'єктів, що діють неефективно.

Негативні наслідки конкуренції:

- створює умови для безробіття, інфляції та банкрутства окремих підприємців;
- веде до збільшення диференціації доходів і створює умови для їх несправедливого розподілу;
- сприяє виникненню економічних криз;
- виступає важливим фактором монополізації економіки; витіснення дрібних підприємств великим капіталом.

Конкуренція - головна ознака ринкової економіки. За яких умов виникає конкуренція?

Умови виникнення конкуренції:

1. Наявність на ринку великої кількості незалежно діючих виробників будь-якого конкретного продукту або ресурсу.
2. Свобода вибору господарської діяльності виробників. Кожний з них обирає не тільки що виробляти, а й має право вносити будь-які зміни в продукцію, визначити її обсяг тощо.

3. Відповідність між попитом і пропозицією, відсутність надвиробництва й дефіциту.

Якщо, припустимо, попит перевищує пропозицію, покупець не має свободи вибору продукції. Всі вироблені товари легко реалізуються, оскільки існує дефіцит. Там, де дефіцит, там немає вільної конкуренції.

4. Наявність ринку засобів виробництва та вільний доступ до нього. Свобода вибору діяльності означає лише можливість виробництва. *Для того, щоб ця можливість перетворилась на дійсність, потрібно, маючи грошовий капітал, перетворити його на засоби виробництва.*

5. Абсолютна мобільність трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів.

6. Наявність у кожного учасника конкуренції повної інформації про ринок.

7. Відсутність на ринку угод між постачальниками та споживачами, які можуть обмежити конкуренцію.

Конкуренція – не суб'єктивне і не випадкове явище, а об'єктивна економічна сила, яка набирає форми економічного закону.

Суть закону конкуренції. У процесі конкуренції існують стійкі істотні причинно-наслідкові зв'язки, які свідчать про те, що це явище не випадкове, а має силу об'єктивного економічного закону.

Закон конкуренції виражає взаємозв'язки між суб'єктами в боротьбі за найвигідніші умови виробництва й реалізації товарів та послуг з метою одержання максимального прибутку.

Основні функції закону конкуренції:

- ціноутворення (конкуренція впливає на рівень індивідуальних затрат і визначає рівноважну ринкову ціну);
- регулювання (орієнтуючись на конкурентно визначені ринкові ціни, підприємці спрямовують свої капітали з малодохідних галузей у ті галузі, товари яких користуються попитом і дають більші прибутки; в результаті досягається відповідна збалансованість між виробництвом і потребами);
- стимулювання (конкурентна боротьба а найбільші прибутки спонукає товаровиробників застосовувати нову техніку і технології, оновляти продукцію, економніше використовувати ресурси, що, в свою чергу, підвищує ефективність усього суспільного виробництва);
- контрольна (конкуренція контролює кожного виробника за відповідністю споживчої вартості його товарів (асортименту) його суспільним потребам, тобто його корисності для суспільства);
- диференціації товаровиробників (конкуренція заохочує і створює умови для подальшого розвитку і процвітання тих товаровиробників, які найбільш ефективно використовують ресурси виробництва).

Кількісне вираження закону конкуренції можна здійснити за допомогою вимірювання стану конкурентоспроможності суб'єкта економічної конкуренції.

Конкурентоспроможність – це володіння властивостями, що створюють певні переваги для суб'єкта економічної конкуренції.

Конкурентні переваги підприємства визначаються за допомогою *коефіцієнта конкурентоспроможності*, який визначається відношенням ринкової вартості продукції

до

затрат

виробництва,

ТОБТО

$$KK = \frac{ВП}{ВВ}$$

Де КК – коефіцієнт конкурентоспроможності; ВП – ринкова вартість продукції; ВВ – затрати виробництва.

Коефіцієнт конкурентоспроможності не повинен досягати одиниці, бо це свідчить, що підприємство працює без прибутку. Чим більше коефіцієнт перевищує одиницю, тим успішніше діє суб'єкт конкуренції, тим міцніша його позиція на ринку.

Отже, можна констатувати, що конкуренція досить складна і суперечлива категорія, вона одночасно має як позитивні, так і негативні наслідки. *Негативні наслідки* конкуренції полягають у тому, що вона породжує свою протилежність - монополію, призводить до банкрутства малих та середніх підприємств, поширює нечесні форми боротьби та ін.

Негативних наслідків більше, ніж позитивних, тому з метою обмеження негативних наслідків конкуренції і посилення позитивних результатів у розвинених країнах здійснюється державна конкурентна політика, спрямована на створення сприятливих умов розвитку конкуренції і недопущення недобросовісних дій у боротьбі.

2. Методи і способи конкурентної боротьби. Типи конкуренції.

На конкурентному ринку суперники використовують **різні методи боротьби: цінові, нецінові, чесні (добросовісні) і нечесні.**

Історично конкуренція в ринковій економіці починалася із застосування переважно методів **цінового суперництва.**

Цінова конкуренція - це конкуренція, в якій головним засобом боротьби є ціна.

За цінової конкуренції перемагає той, хто домагається нижчої ціни продукції, ніж конкуренти.

Залежно від форм і видів конкуренції, формуються такі види цін:

- монополюно високі – ціна встановлюються монополіями вище від вартості товару і забезпечує їм прибуток. Монополісти досягають панівного становища на ринку і обмежують конкуренцію;
- монополюно низькі ціни – встановлюються на товари, що закупляються у дрібних та середніх виробників, товари, виготовлені в державному секторі економіки;
- демпінгові ціни – це надзвичайно занижені ціни з метою розорення та усунення конкурентів з ринків, а потім ціни підвищуються і затрати компенсуються;
- дискримінаційні ціни – це різні ціни на один і той самий товар для різних покупців.

Нецінова конкуренція – це стратегія конкурентної боротьби, яка спрямована не на зміну цін, а на створення передумов, які поліпшують реалізацію продукції.

- створення нових товарів для задоволення тих самих потреб;
- оновлення властивостей товару відповідно до зміни моди;

- вдосконалення послуг, що супроводжують реалізацію (кредит, гарантійне обслуговування, безкоштовна доставка, відкриття сервісних центрів);
- використання реклами.

Нечесна конкуренція – нецивілізовані форми конкуренції, які проявляються в порушенні суб'єктами конкуренції чинного законодавства, професійних, етичних норм і правил поведінки для досягнення неправомірних переваг у конкуренції.

Найпоширеніші методи нечесної конкуренції:

- неправомірне використання позначень товару іншого виробника (копіюють зовнішній вигляд товару, товарний знак – обман. Продають підроблену низькоякісну продукцію – падає довіра до справжніх виробників);
- дезінформація споживачів про товар (неправдиві відомості про властивості свого товару: якість, сорт, термін зберігання, приховані дефекти);
- компрометація товарів конкурентів (порівняльна реклама);
- тиск на постачальників ресурсів і банки (щоб вони не уклали договори на постачання конкурентам сировини, кредитів);
- неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці про діяльність конкурента, економічне шпигунство;
- переманювання провідних спеціалістів фірм-конкурентів.

Іноді деякі методи нечесної конкуренції переростають у кримінальні злочини: шантаж, підпали, вибухи, убивства. Все це зумовлює необхідність втручання держави в регулювання та усунення неприпустимих форм конкурентної боротьби.

Види економічної конкуренції:

Досконала конкуренція (вільна) – це така ринкова ситуація, за якої чисельні, незалежні виробники продають ідентичну продукцію і жоден з них не в змозі контролювати ринкову ціну.

Основні риси досконалої конкуренції:

- наявність великої кількості продавців і покупців, які не мають впливу на ринкову ціну, яка формується на основі попиту і пропозиції;
- бар'єри для входу на ринок мінімальні або відсутні;
- кожний продавець і покупець володіє повною інформацією про попит, пропозицію і ціну товарів на ринку.

З виникненням і розвитком монополій виникає

Недосконала конкуренція - боротьба між великими компаніями (всередині монополізованого сектору між членами групових монополій) і дрібними та середніми фірмами. Це боротьба за монополізацію ринку збуту, джерел сировини, енергії, за отримання державних контрактів, кредитів, за володіння інтелектуальною власністю. Іншими словами недосконала конкуренція – це конкуренція, яка обмежена економічною владою невеликої кількості виробників – продавців на ринку, які диктують його основні параметри: обсяг товарів і послуг, кількість, ціни.

Виділяють дві форми конкурентної боротьби: внутрішньогалузеву і міжгалузеву.

Внутрішньогалузева конкуренція – це боротьба між товаровиробниками однієї галузі за вигідніші умови виробництва і реалізації товарів з метою одержання надприбутку.

Це зведення індивідуальної вартості товарів до їх єдиної суспільної (ринкової) вартості. Перемагає той, хто використовує досконалішу техніку.

Міжгалузєва конкуренція – це боротьба між товаровиробниками різних галузей економіки за найвигідніші умови (сфери) застосування капіталу.

Вона здійснюється у формі стихійної міграції капіталів з галузей з низькою до галузей з високою нормою прибутку. *В окремих галузях досить довго зберігається висока прибутковість застосування капіталу. Головною причиною цього є переешкоди на шляху до проникнення до цих галузей нових капіталів. Тому в сучасних умовах переважна частка міжгалузєвого переливання капіталу відбувається в межах багатогалузєвих концернів і конгломератів.*

З утворенням і розвитком світового господарства виникає і **міжнародна конкуренція.**

Міжнародна конкуренція – це конкуренція національних і транснаціональних економічних суб'єктів за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів та послуг на світовому ринку.

Міжнародна конкуренція поєднує внутрішньогалузєву і міжгалузєву форми конкуренції. Вона сприяє переливанню капіталів і товарів між різними державами, забезпечує збалансований розвиток світового ринку.

У сучасних умовах домінуючими є ринки **монополістичної і олігополістичної конкуренції.**

3. Теорія ринкових структур. Типи ринкових структур.

Мікроекономіка досліджує поведінку фірми в різних ринкових ситуаціях. Оскільки люба фірма керується метою максимізації прибутку вона зацікавлена в рівнях цін. Одним із вирішальних моментів в досягненні головної мети – можливість фірми впливати на ціни. В яких випадках це можливо, в якихось – ні. І залежить це від того, в яких формах здійснюється конкуренція.

Ринкові структури, або моделі – це умови, в яких здійснюється ринкова конкуренція.

Ринкові структури – стабільні утворення, що відрізняються один від одного кількістю і розмірами учасників, характером продукції, що випускається, умовами виходу на ринок.

Типи ринкових структур:

- досконала або чиста конкуренція;
- монополістична конкуренція;
- олігополія;
- чиста монополія.

Чиста монополія – ринкова структура, яка дозволяє впливати на ціну товару чи послуги, контролюючи всю або більшу частину виробництва. При чистій монополії на ринку всього один продавець. Доступ нових виробників у цю галузь майже не можливий. Встановлення монопольної ціни.

Монополія у широкому розумінні означає виключне право держави, підприємства чи фізичної особи на володіння будь-чим або здійснення якого-небудь виду діяльності.

Економічна монополія – велике підприємство, фірма або об'єднання, яке посідає панівне місце на ринку і концентрує значну частину виробництва і збуту певного виду продукції з метою одержання монопольного прибутку.

Причини виникнення і розвитку монополій:

- 1) дія закону конкуренції (головна мета – максимізація прибутку, нарощуються обсяги виробництва, виробник перетворюється на монополіста);
- 2) дія закону концентрації виробника (наслідком концентрації капіталу є концентрація виробництва, частина прибутку йде на розширення виробництва);
- 3) процес централізації капіталу (створення акціонерних компаній);
- 4) економічні кризи, наслідком яких стало банкрутство дрібних і середніх підприємств; деякі з них насильно поглинаються великим капіталом.

Упродовж ХХ ст. процес монополізації набув значних масштабів.

Олігополія утворюється при ринковій ситуації, коли багаточисельні покупці стикаються з декількома крупними продавцями.

Олігополістична конкуренція – (гр. *oligos* – мало) – це модель ринкової структури, за якої небагато великих фірм монополізують виробництво і реалізацію основної маси товарів.

- мала кількість підприємств у галузі, які контролюють основну частину ринку;
- високі бар'єри для входження в галузь;
- висока залежність підприємців олігополістів один від одного;
- контроль над ціною.

Є «жорстка» олігополія (3-5 підприємців відіграють головну роль на ринку) і «м'яка» (10 і більше).

Монополістична конкуренція характеризується великою кількістю продавців, які пропонують однотипні товари, які відрізняються один від одного.

Монополістична конкуренція – це така ситуація на ринку, коли велика кількість виробників пропонує подібну, але не ідентичну продукцію, тобто вона базується на диференціації продукції.

Диференціація виникає завдяки високій якості товарів, їх формі, дизайну, яскравій упаковці, кращим умовам продажу і після продажного обслуговування, інтенсивності реклами. Покупці платять більш високу ціну за такі товари. У цьому і полягає монополістичність виробників на свою диференційовану продукцію.

Найбільш поширеними ринками монополістичної конкуренції є ринки одягу, взуття, безалкогольних напоїв, парфумів, сільхозпродукції, послуг підприємств громадського харчування.

Однією із найважливіших негативних сторін ринку є те, що він породжує монополії та монополістичні тенденції в економічній системі.

Монополії обмежують конкуренцію. Тому одним із важливих напрямів державної політики по регулюванню економічних процесів є антимонопольна діяльність.

Антимонопольна діяльність – це комплекс заходів, спрямованих на обмеження діяльності монополій, а також створення антимонопольного законодавства.

Антимонопольне законодавство містить закони, які регулюють угоди підприємців спрямовані на обмеження конкуренції шляхом поділу ринків, угоди про ціни, обмеження торгівлі.

Головною метою антимонопольного законодавства є обмеження монополій та їхньої влади, створення конкурентного середовища, підтримка та сприяння дрібному бізнесу.

Методи антимонопольної політики:

1. Правові: прийняття відповідних законодавчих та нормативно-правових актів.

2. Адміністративно-імперативні: примусовий поділ суб'єктів господарювання, застосування санкцій, накладання штрафів.

3. Організаційно-контролюючи: розробка та організація виконання заходів, спрямованих на запобігання порушення конкурентного законодавства; проведення моніторингу, перевірок, експертиз.

4. Профілактично-роз'яснювальні: інформування, внесення пропозицій, надання рекомендацій, попередніх висновків стосовно порушень, роз'яснення щодо кваліфікація порушень.