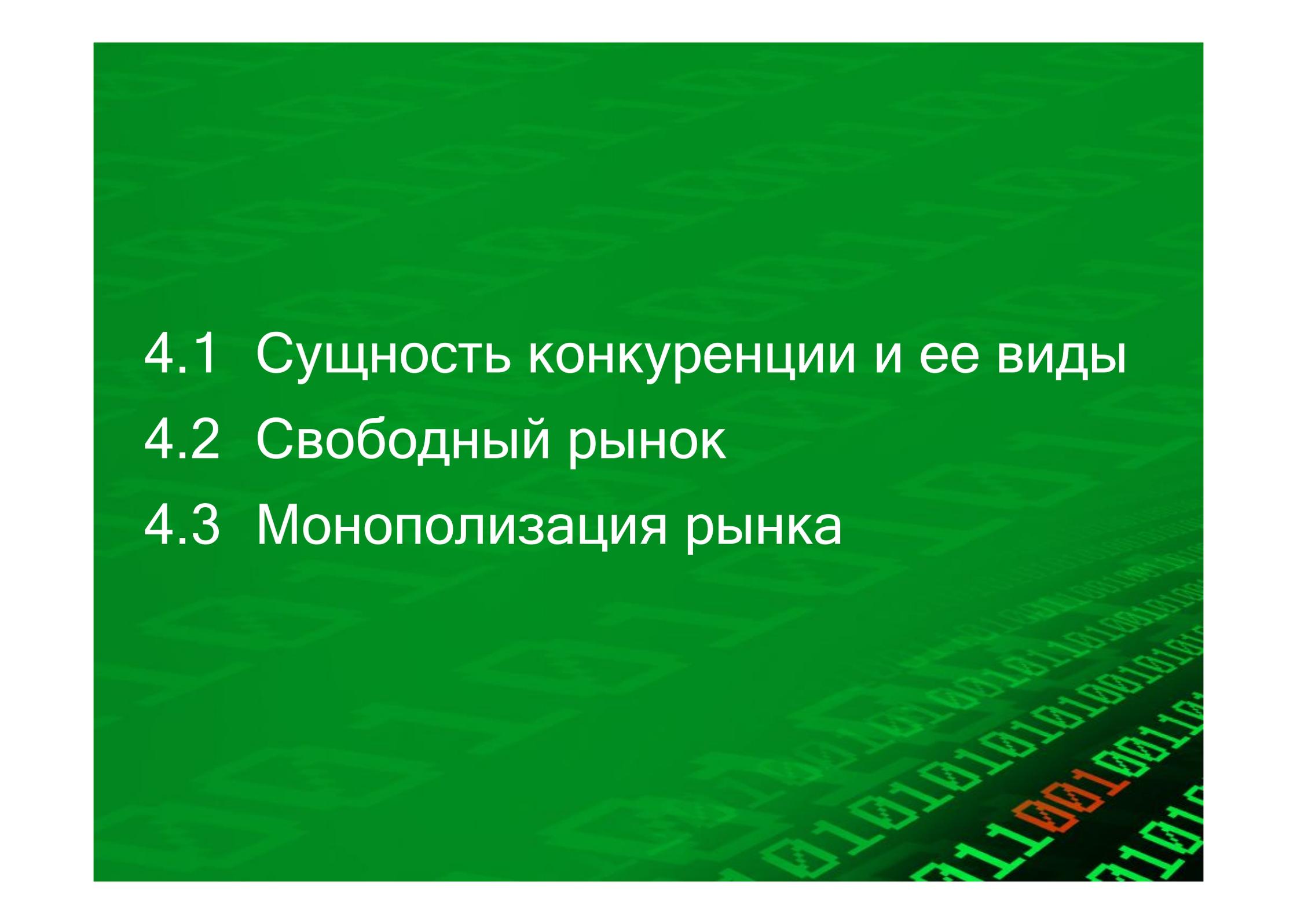
The background is a dark green field filled with a perspective view of binary code (0s and 1s) receding into the distance. The text is overlaid on the left side. A specific sequence of three binary digits, '001', is highlighted in red on one of the lines in the lower right quadrant.

Тема 4
КОНКУРЕНЦІЯ

- 
- The background is a solid green color with a faint, repeating pattern of binary code (0s and 1s) in a lighter shade of green, creating a digital or data-themed aesthetic.
- 4.1 Сущность конкуренции и ее виды
 - 4.2 Свободный рынок
 - 4.3 Монополизация рынка

4.1 Сущность конкуренции и ее ВИДЫ

Конкуренция на рынке – это соперничество производителей за наиболее выгодные условия хозяйствования и получение максимальной прибыли, а потребителей – за более выгодные покупки.

Конкуренция основана на отношениях собственности и хозяйственной самостоятельности каждого производителя и представляет собой важный элемент рыночного механизма, который обеспечивает взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции.



Условия существования конкуренции:

- **во-первых, нужна экономическая обособленность производителей, выраженная в их экономической свободе;**



Условия существования конкуренции:

- **во-вторых**, на рынке должно быть большое количество самостоятельных и равноправных хозяйствующих субъектов, производящих разнообразные товары;



Условия существования конкуренции:

- **в-третьих, каждый из них должен иметь возможность получения и присвоения прибыли как главного результата хозяйствования;**



Условия существования конкуренции:

- **в-четвертых**, для обеспечения равных прав всех производителей необходимо наличие правовой базы и свободного равного доступа к рыночной информации (о ценах, издержках, процентных ставках, прибыли и т. д.).

Поэтому конкуренция
представляет собой систему норм,
правил и методов хозяйствования
рыночных субъектов.

Различают конкуренцию производителей, которые на рынке представлены продавцами, и потребителей (покупателей).

Конкуренция производителей – это борьба за привлечение потребителя, которая осуществляется чаще всего с помощью цен. Это основной, преобладающий вид конкуренции.

Конкуренция потребителей – это соперничество индивидуальных потребителей за доступ к различным товарам.



Сущность конкуренции проявляется в ее функциях:

Регулирующая функция связана с действием закона стоимости: она заставляет производителя изменять объемы производства в зависимости от той выгоды, которую он может получить в данный момент от продажи товара.



Сущность конкуренции проявляется в ее функциях:

Стимулирующая функция
направлена на развитие эффективного производства для получения наибольшей прибыли при минимальных издержках.



Сущность конкуренции проявляется в ее функциях:

Посредством **распределительной функции** наиболее эффективно распределяются основные факторы производства (труд, земля, капитал) между отдельными производителями.



Сущность конкуренции проявляется в ее функциях:

Инновационная функция связана с необходимостью постоянного использования достижений НТП, новой техники и технологий для повышения эффективности производственной и коммерческой деятельности фирмы.

Конкуренция имеет достоинства и
недостатки.

В качестве достоинств можно отметить эффективное распределение и использование ресурсов, быстрое приспособление к меняющимся рыночным условиям, стимулирование НТП, удовлетворение меняющихся потребностей и повышение качества производимых товаров и услуг.

Недостатки конкуренции фактически повторяют все недостатки рынка, т. е. имеются те проблемы, которые рынок не в состоянии решить сам.



Конкуренцию различают:

1) по методам:

- ценовая конкуренция – изменение цен, их снижение. Это было характерно для свободного рынка.

При ценовой конкуренции используют методы, направленные на получение дополнительной прибыли посредством изменения цен и издержек, в том числе и ценовую дискриминацию.



Конкуренцию различают:

1) по методам:

- неценовая конкуренция – сервис, качество, надежность товара и т. п.

При неценовой конкуренции используют повышение качества продукции, развитие сервисного обслуживания покупателей, массовое использование рекламы.



Конкуренцию различают:

2) по отраслям:

- внутриотраслевая – между аналогичными товарами;
- межотраслевая – между товарами различных отраслей;



Конкуренцию различают:

3) по субъектам:

- между продавцами и покупателями;
- между продавцами;
- между покупателями;



Конкуренцию различают:

4) по степени свободы:

- совершенная;
- несовершенная;
- монополистическая;
- олигополистическая.

Наиболее значимым для микроанализа является выделение двух видов конкуренции: совершенной и несовершенной.

Совершенная конкуренция – состояние рынка, при котором множество производителей и потребителей, которые не могут повлиять на рыночную цену.

Несовершенная конкуренция дает
возможность производителям
изменять рыночную цену.

Спасибо за внимание!