

**Тема уроку:** Конкуренція та її види. Соціальні наслідки конкуренції.

**Навчальна:** вивчити поняття конкуренції, її основних видів та соціальних наслідків.

**Розвиваюча:** розвивати вміння узагальнювати та аналізувати.

1. **Виховна:** виховувати свідоме ставлення до обраної професії, застосовувати теоретичні знання на практиці.
2. **Забезпечення уроку:** конспект уроку, роздатковий матеріал.
3. **Тип уроку:** формування нових знань.

**Міжпредметні зв'язки:** економіка, історія.

### **Конспект уроку**

Як економічна категорія, конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за найбільш сприятливі умови виробництва та збуту товарів, за привласнення найбільшого прибутку.

Конкуренція – це об'єктивний економічний закон, який виражає внутрішньо-необхідні, стійкі та істотні зв'язки між відокремленими товаровиробниками, з одного боку, і споживачами їх продукції – з іншого.

Цей закон діє у всіх сферах суспільного виробництва:

- 1) в сфері безпосереднього виробництва:
  - а) боротьба між суб'єктами підприємницької діяльності за найбільш сприятливі умови виробництва;
  - б) боротьба між підприємцями та найманими робітниками за продовження робочого дня;
  - в) боротьба між робітниками за робочі місця.
- 2) в сфері обігу:
  - а) боротьба за збут товару;
  - б) боротьба за умови продажу робочої сили;
  - в) боротьба за величину заробітної плати.
- 3) в сфері розподілу:
  - а) боротьба між виробниками та споживачами;
  - б) боротьба між споживачами за якість товарів.

### **Позитивні сторони конкуренції:**

- 1) сприяє розвитку НТП;
- 2) примушує виробників економити всі види ресурсів;
- 3) сприяє зниженню цін;
- 4) веде до підвищення якості товарів;
- 5) вирівнює прибутковість та рівень заробітної плати у всіх сферах економіки.

### **Негативні сторони конкуренції:**

- 1) створює умови для безробіття, інфляції та банкрутства окремих підприємств;
- 2) веде до збільшення диференціації доходів;

- 3) сприяє виникненню економічних криз;
- 4) виступає важливим фактором монополізації економіки.

### **Види конкуренції:**

- а) внутрігалузева конкуренція – це боротьба між товаровиробниками, які функціонують в одній галузі народного господарства;
- б) міжгалузева конкуренція – це конкуренція між товаровиробниками, які функціонують в різних галузях народного господарства.

### **Форми конкуренції:**

- 1) вільна конкуренція ( досконала ), яка характеризується:
  - а) великою кількістю конкурентів-виробників та конкурентів-споживачів;
  - б) вільним доступом товаровиробників до будь-якої виробничої діяльності;
  - в) стихійною взаємодією попиту та пропозиції;
  - г) правилом – споживач завжди правий;
  - д) жодна фірма не може вплинути на ринкову ціну.
- 2) монополістична конкуренція;
- 3) олігополістична конкуренція.

Монополістична конкуренція виникає там, де необхідна широка диференціація товару, пов'язана або з його властивостями (якість, марка, дизайн, упакування), або з особливими смаками споживачів, які доводиться брати до уваги при продажу товару. Відрізняючись від досконалої (чистої) конкуренції, монополістична конкуренція контролюється і обмежується монополіями, які стають на ринку єдиним продавцем певного товару, а тому можуть нав'язувати споживачам власні умови й одержувати монопольний прибуток.

Олігополістична конкуренція (термін "оліго" у перекладі з грецької мови означає "малий, декілька продавців") виникає, коли на ринку діє не один монополіст-продавець однорідних товарів, а декілька (три, чотири) великих продавців. За цих умов кожен з них розробляє і здійснює власну ринкову і маркетингову стратегію (визначає ціну, обсяги продажу тощо), але при цьому мусить враховувати стратегію і дії своїх конкурентів. Олігополісти здебільшого домовляються про спільні дії на ринку, з допомогою служб маркетингу уважно стежать за конкурентами, сприяючи стабільності ринку.

### **Методи конкуренції:**

- а) цінова конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за споживача шляхом зниження затрат в процесі виробництва, зниження цін на товари;
- б) не цінова конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за споживача шляхом своєчасного впровадження в процес виробництва НТР.