

Ринкове вирішення питань «що виробляти?», «як виробляти?», «для кого виробляти?».

Зміст та ознаки ринкової конкуренції, її роль в організації ринкової економіки.

Епіграф

«Чим більше ти знаєш, тим більше ти можеш»

арабський мислитель Абу.

Основні проблеми економіки



Що виробляти?



Як виробляти?



Для кого виробляти?

Що виробляти?

Необхідно вибрати такий вид продукції, який забезпечив би прибуток і процвітання фірми.

На запитання "що виробляти?" відповідають самі споживачі своїми коштами.

"Голосування" споживачів відбувається постійно: кожну хвилину, день, місяць, рік.

Тістечка	Кількість випечених тістечок, шт.	Витрати на одиницю товару, грн	Ціна одного тістечка, грн	Продано тістечок, шт.	Дохід, грн	Реакція на ринкову ситуацію
Із маком	100	1,5	1,8	90		
Із повидлом	100	1,4	1,6	80		
Зі згущеним молоком	100	1,8	2,2	100		

Як виробляти?

Проблема «Як виробляти» пов'язана із організацією виробництва, способом поєднання ресурсів, технологією виробництва.

У розв'язанні проблеми важливим чинником виступає «голосування» грошима та конкуренція.

Ресурси	Ціна за одиницю ресурсу	Технологія I	Технологія II	Технологія II
Праця	2	4	2	1
Земля	1	1	3	4
Капітал	3	1	1	2
Підприємницькі здібності	3	1	1	1

Для кого виробляти?

Смаки споживачів

Бажання споживачів

Можливості придбати
товар



Розв'язання проблеми *для кого виробляти товар* залежить від смаків споживачів, їхніх бажань і можливостей купити певний товар. В основі тут лежать грошові доходи споживачів.

Бажання придбати певний товар і можливості покупців також залежать від цін на виготовлені продукти, доповнюючі товари та товари-замінники

Ціна
доповнюючого
товару

Ціна товару

Ціна товару-
замінника

ОКРЕМІ ВИСНОВКИ



Економічні рішення виробниками і споживачами приймаються самостійно, але це не призводить до хаосу. Розвинута ринкова система в цілому забезпечує внутрішній порядок і стабільність.

Конкуренція (лат. – зіткнення, змагання) – це змагання за можливість повніше реалізувати власний інтерес.



Конкуренція відбувається не лише між виробниками, а й споживачами і між іншими соціальними групами

Конкуренція

```
graph TD; A[Конкуренція] --> B[Цінова]; A --> C[Нецінова]; B --> D[Зниження цін на товари та послуги порівнянно з суперниками]; C --> E[Інші нецінові способи залучення покупців. Які?];
```

Цінова

Зниження цін на товари та послуги порівнянно з суперниками

Нецінова

Інші нецінові способи залучення покупців.
Які?

Критерії характери- стики	Досконала (чиста) конкуренція	Недосконала конкуренція		
		Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
<i>Кількість фірм, що виробляють конкретний продукт</i>	Велика кількість незалежних одна від одної фірм	Багато фірм	Кілька фірм	Одна фірма
<i>Тип продукту</i>	Однорідний	Неоднорідний (диференційований)	Однорідний, неоднорідний	Унікальний, не має аналогів
<i>Умови входження в ринок</i>	Вільні	Відносно легкі	Обмежені	Практично неможливі
<i>Контроль за цінами</i>	Відсутній	Практично відсутній	Значний, за принципом лідерства	Дуже значний, іноді повний
<i>Приклади</i>	Ринок сільськогос- подарської продукції	Виробництво одягу, взуття	Виробництво сталі й прокату, автомобілів, побутової техніки	Регіональні підприємства комунальних послуг

Позитивні риси конкуренції:

- змушує людей пристосовуватись до нових ситуацій*
- підвищує ефективність виробництва*
- знижує ціни і підвищує загальний добробут*

Негативні риси конкуренції:

- роз'єднує людей як супротивників***
- знищує найслабших***
- зменшує доходи найманих працівників***