**Лекція**

**Тема. КОНКУРЕНЦІЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

План

1. Особливості та відмінності ринку в контексті підприємницької діяльності

2. Зміст конкуренції в системі підприємництва

3. Державне регулювання конкуренції

1. ***Особливості та відмінності ринку в контексті підприємницької* діяльності**

Ключовим елементом конструкції “ринкова економіка” виступає ринок. Ринок - це складне та різнобічне явище. Ринкові відносини дуже різняться в різних країнах за ступенем розвитку, особливостями модифікації, рівнем зрілості, історичними, соціальними та іншими ознаками.

Проте ринок має й загальні ознаки. На наявність загальних ознак варто звернути увагу, оскільки вони повинні певною мірою виявлятись у нашій “ринковій економіці” в міру її становлення. Найбільш просте визначення ринку таке: ***ринок є поєднання попиту та пропозиції.*** Дійсно, за відсутності попиту чи пропозиції про ринок говорити немає сенсу. Однак це визначення не виявляє глибинних властивостей ринку як економічного феномену, не є досить конструктивним для підприємця.

Є й інше визначення ринку, що більш точно відображає його роль в економічному житті. ***Ринок - це форма суспільного зв’язку між людьми, яка полягає у взаємній купівлі-продажу товарів.*** Це визначення дозволяє трактувати *ринок як сферу економічних відносин,* а не просто як зіткнення безіменних компонентів економіки.

Отже, по-перше, *ринок - це сфера відносин між суб’єктами економіки.* По-друге, це лише *елемент ринкової економіки, до якого разом з ринком входять також сфери виробництва товарів, їхнього споживання та* *розподілу, програмування та регулювання економіки.*

Оскільки підприємництво визначається як форма господарювання в умовах ринкової економіки, то слід зауважити, що складність дослідження даного питання пов’язана з тим, що в економічній літературі присутні різні погляди і наукові позиції щодо визначення самого поняття “ринок” (табл. 7.1).

Таблиця7.1

Підходи різних авторів до визначення ринку

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Визначення ринку |
| Стонер Джеймс А.Ф., Долан Едвін Г | Це система заходів, за допомогою яких покупці і продавці встановлюють контакти і ведуть справу (бізнес) |
| Стенлейк Дж. | Це структура, що дає можливість покупцям і продавцям укладати угоди таким чином, щоб можна було встановити ціни і зробити обмін |
| Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. | Це спосіб організації суспільного виробництва, заснований на принципі вільного підприємництва й обмеженої ролі держави і в цій своїй якості конфронтуючий із способами організації, що спирається на застосування методів централізованого планування й адміністративного регулювання;Це спосіб поводження господарюючих суб'єктів, що визначає критерії прийнятих ними рішень і характер відносин між суб'єктами ("ринкове поводження") |
| Ассэль Г. | Це група споживачів, які потребують однакові за якістю товари |
| Котлер Ф. | Це група покупців і продавців, що обмінюють один певний вид товару |
| Феоктистова Е.М., Красюк И.Н. | Це сукупність економічних відносин між продавцями (виробниками) і покупцями (споживачами) товарів |
| Макконелл К.Р., Брю С.Л. | Це інститут, чи механізм, що зводить разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг |

При визначенні ринку ключовими категоріями є попит та пропозиція. Наявність і обсяг попиту і пропозиції на конкретний вид товару і/чи послуги обумовлює необхідність обміну за схемою "гроші - товар - гроші".

Звідси ринок можна визначити як систему сфокусованих на певній ціні взаємин споживачів, що формують попит на конкретні види товарів і/чи послуг, і продавців/виробників, що забезпечують наявність пропозиції цих товарів і/чи послуг.

***Характеристика ознак ринку***

Перша ознака. ***Сучасний ринок є ринком покупця.*** Що це означає?

Це такий стан ринку, за якого має місце перевищення пропозиції товарів над попитом на них при фіксованій ціні. Такий стан ринку визначає пріоритетне становище споживачів продукції порівняно з продавцями, свого роду **«*диктат споживачів» - на противагу «диктату виробників»*,** який був характерним для економіки минулих періодів.

Діаметральною протилежністю ринку покупця є ринок продавця, якому властиве перевищення попиту на товар над пропозицією при фіксованій ціні.

*Для системи підприємництва характерний не ринок продавця, а ринок покупця,* бо кожний підприємець прагне до збільшення своїх доходів, але досягти цього він може лише створивши й реалізувавши продукцію, здатну задовольнити запити покупців.

Друга ознака сучасного ринку - ***стабілізація відносин між суб’єктами на основі інтеграції.***

Сучасний ринок - це арена суперництва підприємців та інших суб’єктів економіки, кожному з яких має гарантуватися його суверенітет та збереження його конкурентних прав. Це означає, що суб’єкти ділових відносин, зберігаючи прагнення до взаємного суперництва, разом з тим зацікавлені у протидії монополізації економіки. їхня зацікавленість пов’язується з інтеграцією економіки.

Про інтеграцію в межах ринкової економіки раніше говорили в основному при характеристиці міжнародних економічних відносин. Яскравий тому приклад - функціонування Європейського Економічного Співтовариства.

Однак інтеграція здійснюється й на внутрішніх ринках країн. її проявами *є державне регулювання, програмування економіки, соціальне партнерство різних соціальних груп, маркетингова діяльність фірм, розвиток акціонерної форми підприємництва*.

*Наприклад, соціальне партнерство у галузі регулювання зайнятості населення. Так, державні фонди зайнятості, за рахунок яких утримуються безробітні, формуються в за рахунок трьох джерел: внесків працівників, внесків підприємців та відрахувань із державного бюджету. Участь і підприємців, і найманих працівників у формуванні таких фондів обов’язкова, хоча і для тих, і для інших ці відрахування є прямим вирахуванням з доходів. Однак таким шляхом вони інтегруються для вирішення загальнодержавної проблеми.*

Третьою, обов’язковою ознакою ринку є його ***конкурентний характер.*** Неминучість конкуренції між підприємцями викликана пріоритетом покупців над продавцями на сучасному ринку. У своєму прагненні до задоволення запитів споживачів підприємці реалізують власний економічний суверенітет, лише вступаючи у взаємне суперництво, щоб привернути увагу споживачів.

Навпаки, переважання ринку продавця обертається конкуренцією покупців за увагу продавців. Конкуренція споживачів була типовою рисою колишньої радянської економіки.

Конкуренція охоплює також відносини між підприємцями та споживачами. У країнах з ринковою економікою суперечки між ними про ціни, якість товарів вирішуються на користь споживачів.

***2. Зміст конкуренції в системі підприємництва***

Конкуренція і підприємництво взаємозумовлені. Чим вищий рівень економічної конкуренції, тим більший ступінь підприємницької активності, і навпаки.

Подібно до обмеженості ресурсів, конкуренція є однією з основ економічного життя. Наприклад, ви хочете продати якусь послугу чи товар, але те саме хоче зробити і хтось інший. А оскільки споживачі вільні купити те, що їм більше подобається, то вам доведеться конкурувати з вашим суперником за перевагу покупців.

*Конкуренція - це суперництво між людьми, фірмами, організаціями, територіями, зацікавленими в досягненні однієї й тієї мети.*

Слово "конкуренція" у перекладі з латинської, означає "зіткнення, змагання".

*Конкуренція - це боротьба між виробниками чи постачальниками, підприємствами, фірмами за найбільш вигідні умови виробництва та збуту з метою досягнення кращих результатів своєї підприємницької діяльності.*

У ринковій системі основний зміст конкуренції - боротьба за споживача, повне задоволення його потреб. Це боротьба за частку на ринку, успіх якої залежить від вартості та якості товарів.

Конкуренція виникла одночасно з товарним виробництвом, однак лише при капіталізмі вона перетворилась у головний важіль ринкового регулювання суспільного виробництва. У середині XIX ст. широкого розвитку набув ринок з вільною конкуренцією, що не регулювалась державою. Такий ринок впливав на товаровиробників виключно через механізм попиту й пропозиції та коливання цін, постійно змушуючи враховувати вимоги споживачів, підвищувати продуктивність праці, розширювати виробництво, знижувати витрати.

Слід зазначити, що жорсткість, конфліктність конкурентної взаємодії між підприємцями зовсім не знизилась у зв’язку з широким розгортанням інтеграційних процесів. Конкуренція була й залишається формою взаємного суперництва - з переможцями та переможеними - суб’єктів ринкової еко­номіки.

Конкуренція обумовлюється суверенним правом кожного із суб’єктів ділових відносин на реалізацію свого економічного потенціалу, а це неодмінно приводить до зіткнення між ними, до досягнення поставлених підприємцями цілей за рахунок обмеження інтересів інших ділових людей.

*Українська економіка сьогодні характеризується наявністю структурного монополізму та примітивного (атомізованого) ринку. Головна ознака розвинутої ринкової системи – високий рівень конкуренції – в Україні, по суті, ще не створена, що негативно впливає на управлінські рішення підприємців, їх поведінку на ринку.*

Економічною теорією конкуренція визначається як суперництво між товаровиробниками за кращі, економічно більш вигідні умови виробництва і реалізації продукції, сфери застосування капіталу.

***Закон України «Про захист економічної конкуренції»*** : *Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб’єктами господарювання з метою отримання завдяки власним досягненням переваг над іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість обирати між декількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку.*

***Предмет конкуренції*** *-* ***товар чи послуга****,* за допомогою якого суперники прагнуть завоювати споживача і його гроші.

***Об'єкт конкуренції - це споживач і покупець***, за прихильність якого борються на ринку протилежні сторони. Ступінь напруженості цієї боротьби (конкуренції) визначається маркетинговими дослідженнями.

*Конкуренція має місце на будь-якому ринку: товарному, фондовому валютному, ринку праці.*

Конкуренція на ринку має свої функції:

* ***формування рушійних сил*** *підприємництва (удосконалення виробництва й оновлення товарів та послуг);*
* *виявлення чи* ***встановлення ринкової вартості товару;***
* *вирівнювання індивідуальних цін і* ***розподіл прибутку*** *в залежності від різних витрат праці(саморегуляція ринкової системи);*
* *регулювання* ***перетікання ресурсів*** *між галузями і виробництвами(саморегуляція ринкової системи).*

Визначають дві основні форми конкуренції:

* *внутрішньогалузева;*
* *міжгалузева;*
* *міжнародна.*

*Внутрішньогалузева* - це конкуренція між товаровиробниками однієї галузі, коли підприємства з більш високою, ніж середня, продуктивністю праці отримують додатковий прибуток, а технічно та організаційно відсталі, навпаки, втрачають частину індивідуальної вартості виготовлюваних ними товарів й розорюються. Внутрішньогалузева конкуренція стимулює на підприємстві розвиток науково-технічного прогресу.

*Міжгалузева* - це конкуренція між підприємствами різних галузей, яка виражається у переливанні капіталів із галузей, що мають низьку норму прибутку, до галузей з високою часткою прибутку.

*Міжнародна-* вихід продукції на міжнародні ринки, глобалізація світової економіки, панування транснаціональних об’єднань.

Прагнучи до більш прибуткових сфер, нові капітали сприяють розширенню більш необхідних для суспільства виробництв, збільшенню пропозиції найбільш необхідних товарів.

Розрізняють конкуренцію:

* *досконалу (вільну);*
* *недосконалу.*

Основні ознаки вільної (досконалої) конкуренції:

* Необмежена кількість учасників конкуренції, абсолютно вільний доступ на ринок та вихід з нього;
* Абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів;
* Повна поінформованість кожного учасника конкуренції (про попит та пропозицію, ціни, норми прибутку тощо);
* Абсолютна однорідність однойменних товарів, що виражається, зокрема, у відсутності торгових марок та інших індивідуальних характеристик якості товарів.

*Наявність тієї ж торгової марки ставить продавця у привілейоване монопольне становище, а це вже не є вільний ринок.*

**Економічні наслідки конкуренції**. З одного боку:

* освоєння передової продукції, яка раніше не вироблялася;
* виробництво модернізованої продукції;
* виробництво продукції високої якості;
* збільшення виробництва при скороченні витрат.

З іншого боку:

* анархія, кризи;
* розподіл виробничих сил;
* розшарування суспільства.

Ринок недосконалої конкуренції включає:

* чисту монополію;
* монополістичну конкуренцію;
* олігополію.

***Чиста (абсолютна) монополія***. Коли одна фірма є єдиним виробником продукту, що до того не має близьких замінників. Цій моделі властиві такі риси:

* продавець є синонімом фірми, оскільки фірма - одна;
* продукт, який реалізується, унікальний у тому розумінні, що немає його близьких замінників;
* монополіст має ринкову владу, контролює ціни, поставки на ринок;
* на шляху входження у ринок монополіста встановлюються нездоланні бар’єри для конкурента - як природні, так і штучні.

***Природні монополії*** - це електричні та газові компанії, підприємства водопостачання, лінії зв’язку та транспортні підприємства. *Вони діють під суворим державним контролем або є власністю держави.*

Штучні монопольні бар’єри - патенти та ліцензії, які надають деяким фірмам виняткового права функціонувати на даному ринку.

***Монополістична конкуренція*** - велика кількість виробників пропонує схожу, але не ідентичну продукцію. В умовах чистої конкуренції фірми виробляють стандартизовану чи однорідну продукцію, при монополістичній - диференційовану. Це зачіпає якість продукції, завдяки чому у споживача складаються нецінові переваги. Ця риса - головна для цієї моделі ринку. Ще одна риса - відносна легкість входження в ринок. Кожна фірма має монопольну владу над своїм товаром, вона може змінювати ціну. У сучасних ринкових структурах західних країн переважають саме ринки монополістичної конкуренції.

***Олігополія. Го***ловна її особливість - невелика кількість учасників конкуренції (в межах десяти). Класичні олігополії утворюються 3-5 виробниками. Виділяють також такі види конкуренції:

* конкуренція в цінах;
* у якості;
* у новизні товару (послуги).

На ринку форми конкурують найчастіше з приводу ціни. Таким чином, фірми що конкурують, намагаються підвищити свою ефективність і утримати прибуток в розумних границях шляхом жорсткого контролю за витратами, тому що завдяки більш низьким цінам збільшується кількість клієнтів.

***Характеристика цінових та нецінових методів конкуренції***

Існують дві основні групи методів конкуренції: цінові та нецінові.

***Цінова конкуренція*** *-* продаж товарів за більш низькими цінами, ніж у суперників. Це суперництво підприємців за вилучення додаткового прибутку на основі зменшення витрат виробництва та реалізації певної продукції, зниження цін на цю продукцію без зміни її асортименту й якості.

***Нецінова конкуренція*** - передбачає пропозицію товарів більш високої якості, з кращими показниками надійності та терміном служби, з вищою продуктивністю, а також більш широкого асортименту. Особливого значення набувають такі параметри продукції, як екологічність, енергоємність, естетичні показники, її безпечність. Все більшу роль у конкурентній боротьбі відіграє надійність та репутація фірми виробника, її престижність.

Останнім часом нецінова конкуренція, пов’язана з суперництвом за досягнення найбільш високої якості продукції, набула домінуючого значення.

Залежно від обставин фірма може застосовувати будь-які методи конкуренції, якщо їх не заборонено законом, і використовувати будь-яку модель конкурентної поведінки.

***Недобросовісна конкуренція. В*** умовах жорсткої боротьби між товаровиробниками часто застосовуються незадовільні методи, що порушують норми та правила конкуренції, тобто недобросовісна конкуренція. Вона виявляється: ***у демпінгових цінах - продаж товарів за ціною, нижчою від собівартості,*** ***встановленні контролю з діяльністю конкурента, зловживання пануючим становищем на ринку, таємних змовах на торгах, неправдивій інформації та рекламі, що вводить конкурента в оману; недобросовісному копіюванні товарів і продукції конкурентів, порушенні стандартів та умов поставок товарів.***

Розрізнюють три типи конкурентної поведінки:

* креативна;
* пристосовницька;
* забезпечувальна (гарантуюча).

*Креативний* тип - система дій, що складається із заходів, спрямованих на створення яких-небудь нових компонентів ринкових відносин, які забезпечували б перевагу над супер­никами (нова продукція, нові форми технології та організації виробництва, нові методи розподілу та збуту, вклю­чаючи рекламу).

*Пристосовницька* конкурентна поведінка полягає в ураху­ванні інноваційних змін у виробництві та в спробах випереди­ти дії суперників, пов’язаних з модернізацією виробництва. Ця поведінка застосовується у разі, якщо підприємець не впевнений у своїх інноваційних можливостях. Тому він прагне до копіювання досягнень суперника у більш стислі терміни.

*Забезпечувальна* конкурентна поведінка заснована на прагненні підприємців до збереження та стабілізації на тривалу перспективу досягнутих позицій на ринку за рахунок підвищення якості продукції, зміни асортименту, надання додаткових послуг. Ця поведінка застосовується тоді, коли підприємець не має змоги змінювати виробничу програму.

Конкуренція - основа ринкової економіки, потужний стимул економічного зростання, покращення якості продукції, прискорення науково-технічного прогресу та зниження витрат виробництва і цін.

Спонукаючи підприємства знижувати свої виробничі витрати, приводячи до ліквідації збиткових підприємств, конкуренція сприяє інтенсифікації, підвищенню ефективності суспільного виробництва. Орієнтуючи виробника на потреби ринку, конкуренція створює можливості найбільш широкого вибору товарів і послуг, найбільш повного задоволення виробничих запасів.

Створення конкуренції товаровиробників - найважливіша умова переходу до ефективної ринкової економіки.

Найбільш важлива галузь суперництва виробників - ринки збуту та споживання. Поряд з боротьбою за ринки збуту зростає конкуренція за ринки сировини, трудові ресурси, капітал, право використання науково-технічних відкриттів. Особливо загострилася конкуренція в галузі трудових ресурсів та науково-технічних нововведень. Це пов’язано з наукоємністю виробництва, що значно зросла, вимогами подальшої його інновації.

Національні системи освіти розвинених країн не можуть задовольнити повною мірою зростаючі потреби фірм у висококваліфікованих кадрах. Для вирішення цієї проблеми компанії звертаються до різних способів - від створення власних вищих навчальних закладів (особливо в Японії) до переманювання кадрів з інших компаній або інших країн.

Панування монополій не тільки обмежило свободу конкуренції, а й зробило жорсткішим її характер. За останні десятиліття значні технологічні зрушення у виробництві зменшили переваги великого виробництва, а рентабельність дрібного підприємництва зросла за рахунок його гнучкості та пристосованості до змінюваного ринку. У результаті цього на світовому капіталістичному ринку суперництво між великими монополіями сусідує з боротьбою середніх та дрібних фірм.

Зростає роль конкуренції й у інвестиційній діяльності. Тут важливу роль відіграватиме антимонопольна експертиза великих інвестиційних проектів.

Висока якість та швидке оновлення асортименту продукції, що виробляється, стають в умовах ринкової економіки найважливішим фактором конкурентоспроможності підприємств незалежно від форм власності.

У сучасній ринковій економіці зусилля підприємців концентруються не на "цінових війнах" і усуненні конкурентів, а на виявленні споживчих переваг і пошуку можливості для їхнього адекватного задоволення через пропозицію нових товарів і послуг.

Можна виділити деякі *фактори, що впливають на темпи розвитку конкуренції:*

* розмір ринку - чим більше, тим сильніші конкуренти;
* темпи росту ринку - швидкий ріст полегшує проникнення на ринок;
* потужності - зайві потужності приводять до спаду цін;
* перешкоди для входу чи виходу з ринку - бар'єри захищають позицію підприємства, їхня відсутність робить ринки уразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків;
* ціна;
* рівень стандартизації товарів - покупці мають перевагу, тому що їм легко переключитися з одного товару на інший;
* вимоги до розмірів необхідних капіталовкладень - тверді вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар'єри «входу - виходу»;
* швидке відновлення асортименту продукції.

Серед сучасних вчених-економістів світового рівня найбільш аргументовано, на нашу думку, суть конкуренції визначає ***Майкл Портер – автор концепцій конкурентної стратегії і міжнародної конкурентоспроможності.***

За М. Портером конкуренція - складний процес, що визначається взаємодією п’яти основних сил: суперництва вже існуючих на ринку конкурентів; появи нових конкурентів; появи нових конкурентноздатних товарів (замінників); конкурентною здатністю постачальників (продавців); можливостями покупців 

**Сили, що визначають стан конкурентної боротьби (за М.Портером)**

*Названі вище п’ять сил конкуренції визначають умови, в яких функціонує кожен конкурентний ринок.*

*Стан кожної сили та їх взаємодія визначають реальні можливості підприємства в конкурентній боротьбі та основні напрями ефективного використання його економічного потенціалу. Однак дія цих сил залежить від ситуації на ринку. Відповідно до змін на ринку М. Портер згрупував основні рушійні сили, що впливають на інтенсивність конкуренції, в одинадцять типів: швидкість зростання попиту на товари (послуги); суттєві зміни у складі покупців, способах використання товару; поява (чи зникнення з ринку) крупних фірм – конкурентів; впровадження маркетингових досліджень та інновацій; суттєве оновлення продукту; розповсюдження нових технологій; скорочення (збільшення) витрат та ефективності підприємницької діяльності; наявність (відсутність) споживацьких переваг у товарів (послуг), що пропонуються на ринку; зміни в державній політиці та наявність механізмів, які сприяють зменшенню ризику.*

Конкуренція проходить сьогодні з небаченою раніше масштабністю, динамізмом, гостротою і такими особливостями.

Масштабність конкуренції обумовлена збільшенням чисельності суперників на ринку, у яких з'явилися умови для діяльності в результаті роздержавлення і приватизації власності, розвитку підприємництва, доступності закордонних ринків, відкриття кордонів для іноземних товарів, лібералізація економіки.

Загострення конкуренції викликане тим, що поряд з монополіями, гігантськими корпораціями, акціонерними товариствами в боротьбу за ринки і покупців вступає велика кількість агресивних малих підприємств.

Відбувається швидке відновлення форм і методів конкуренції, посилюється потік нових конкурентоздатних товарів, зростає значення нецінової конкуренції, з'являються нові ринки, загострюється суперництво за зниження витрат на виробництво і просування товарів до покупця, максимізацію прибутку, підви­щення якості, надійності, сервісу пропонованих товарів.

Ключовим фактором конкурентної боротьби сьогодні стає новизна, використання досягнень НТП, впровадження інновацій в усі сфери виробництва і просування продукції до покупця, задоволення вимог споживача до інтелектуальності виробів.

Прискорення технічного і технологічного прогресу зменшує терміни реалізації комерційних ідей і веде до скорочення витрат, здешевлення товарів і зменшення їх життєвого циклу.

Значний вплив на конкурентну боротьбу здійснюють нецінові фактори, такі як якість, надійність, сервіс, дизайн, жорсткість державних заходів регулювання конкуренції, нові засоби комунікації, глобалізація й інтеграція ринків.

**3. Державне регулювання конкуренції**

Передусім держава здійснює правовий захист підприємців і споживачів від недобросовісної конкуренції. В Україні діє Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції", який спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних засобів ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Закон створює сприятливі умови захисту прав і інтересів учасників ринкових відносин, формує основи цивілізованої економічної конкуренції.

Існують такі ***види правопорушень***, передбачених законодавством:

* неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (підприємця);
* створення перепон підприємцям у процесі конкуренції й досягнення неправомірних переваг у конкуренції;
* неправомірний збір, розголошення і використання комерційної таємниці.

Крім того, держава забезпечує необхідний рівень конкуренції шляхом застосування певних критеріїв для оцінки стану ринків. Наприклад, у практиці країн з розвинутою ринковою економікою використовують індекс Хіршмана. Згідно з цим індексом, безпечний рівень ринку з погляду його монополізації вимагає присутності на ньому не менше десяти конкуруючих фірм. При цьому встановлена межа в загальному обсязі продаж для кожного випадку. Наведемо обмеження рівня монополізації компаній:

* питома частка однієї, найбільш великої, компанії в загальному обсязі усіх продаж певного товару на ринку не повинна перевищувати 31%;
* питома частка двох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 44%;
* питома частка трьох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 54%.
* питома частка чотирьох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 64%.

Подібним чином обмежується монопольне становище підприємства на ринках згідно з чинним законодавством України. Якщо частка підприємства на ринку певного товару більша ніж 35%, його становище визнається монопольним. До такого суб'єкта підприємницької діяльності держава має право застосовувати додаткові заходи з обмеження його монопольного становища.

Крім того, держава захищає підприємців від неправомірного використання фірмових найменувань, "оманливої" реклами. Антимонопольне регулювання підприємницької діяльності, захист від недобросовісної конкуренції спрямований на підвищення ефективності підприємницького сектора, гармонізації його інтересів з інтересами суспільства в цілому.

Головним напрямком регулювання конкуренції є сприяння розвитку середнього та малого підприємництва, забезпечення сприятливих умов для розширення мережі нових підприємств. Активна політика держави щодо підтримки малого та середнього підприємництва, посилення контролю за ринками є заходом створення конкурентного середовища. Саме таке середовище у найкращий спосіб стимулює підприємництво, пошук нових шляхів задоволення суспільних потреб.

Водночас держава враховує інтереси зростання фірм, підвищення ефективності та конкурентоспроможності їх діяльності. Тому втручання держави в процеси зростання фірми, збільшення її частки в загальному обсязі виробництва й збуту не можуть бути прямолінійними, надмірно жорсткими. Адже бажання суб'єктів підприємницької діяльності знайти додаткову підтримку, узгодити та захистити свої інтереси можуть виявитися у створенні форм виробничої, фінансової та комерційної взаємодії. Такі заходи спрямовані на зниження витрат виробництва, підвищення якості продукції, освоєння нових ринків, зростання обсягу продаж.

Отже, регулювання конкуренції, контроль за станом ринків відповідає інтересам підприємницького сектора.