

# Конкуренция



# Конкуренция

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночной экономики за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

В экономической науке выделяют ценовую и неценовую, совершенную и несовершенную конкуренцию.

# Сущность конкуренции



заключается в свободе выбора  
экономических решений  
участниками  
рыночных отношений  
в условиях соперничества  
за получение  
максимальной прибыли и  
личной выгоды.

## Виды конкуренции по масштабам развития

По масштабам развития выделяют следующие виды:

- индивидуальная (один участник рынка стремится занять свое место под солнцем — выбрать наилучшие условия купли-продажи товаров и услуг);
- местная (среди товаровладельцев какой-то территории);
- отраслевая (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);
- межотраслевая (соперничество представителей разных отраслей рынка за привлечение на свою сторону покупателей в целях извлечения большего дохода);
- национальная (соствязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);
- глобальная (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

# Методы конкуренции

## Ценовая

Снижение цен.  
Скидки и премии.  
Дешевые распродажи.

## Неценовая

Качество и надежность.  
Дополнительные гарантии.  
Особое оформление.

- Ценовая конкуренция- конкуренция, связанная с непосредственным использованием цен для завоевания рынка и достижения лучших экономических условий сбыта.

Различают:

- прямую ценовую конкуренцию с широким оповещением о снижении цены;
- скрытую ценовую конкуренцию, когда на рынок выпускается новый товар с улучшенными потребительскими свойствами при сравнительно незначительном увеличении цены.

- Неценовая конкуренция — метод конкурентной борьбы конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами, а достижение более высокого качества, технического уровня, технологического совершенства.
- Неценовая конкуренция основана на предложении товара более высокого качества, с большей надёжностью Неценовая конкуренция основана на предложении товара более высокого качества, с большей надёжностью, более длительными сроками службы и другими более совершенными потребительскими свойствами. Существенную роль в неценовой конкуренции играют: оформление, упаковка Неценовая

- Совершенная конкуренция — состояние рынка, при котором имеется большое число покупателей и продавцов, которые являются производителями, каждый из которых занимает относительно малую долю на рынке и не может диктовать условия продажи и покупки товаров. Предполагается наличие необходимой и доступной информации о ценах, их динамике, продавцах и покупателях не только в данном месте, но и в других регионах и городах. Рынок совершенной конкуренции предполагает отсутствие власти производителя над рынком и установление цены не производителем, а через функцию спроса и предложения.

# Признаки совершенной конкуренции

- Множественность продавцов и покупателей;
- Однородность производимой продукции;
- Отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены;
- Мобильность производственных ресурсов;
- Абсолютное знание предпринимателями состояния рынка.

- Несовершенная конкуренция —

конкуренция в условиях, когда отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят. Не всегда на рынке возможна совершенная конкуренция.

Формами несовершенной конкуренции являются монополия, олигополия олигополия, монополия стическая конкуренция. При монополии возможно вытеснение монополистом других фирм с рынка.

# Особенности рынка чистой монополии

Монополист обладает определенной властью над ценой, но власть эта не абсолютна.

Монополист сознательно ищет и устанавливает такой уровень цены, при котором его прибыль была бы максимальной.



# Олигополия



Наличие конкуренции  
нескольких крупных  
фирм ( три – пять )

Использование  
ценовой  
и неценовой конкуренции:

- «жесткость» цен,
- скрытый договор,
- соглашение о  
специализации и  
кооперации.

Предложение однородной  
(руда, нефть, сталь,  
цемент) и  
дифференцированной  
(автомобили и др. товары)  
продукции

Вступление других фирм  
в олигопольный рынок  
затруднено.

# Особенности рынка монополистической конкуренции

Продукты, предлагаемые на рынке, дифференцированные. Реальные отличия при дифференциации достигаются за счет:

- качества товара;
- углубления послепродажного обслуживания;
- места продажи товара;
- стимулирования сбыта (например устанавливая призы для покупателей).

# Особенности рынка монополистической конкуренции

**Ограниченная возможность влияния на цену.** Эта возможность ограничена тем, что на рынке монополистической конкуренции существует много близких товаров, а потому покупатель имеет возможность приобрести товар у другого продавца, если его цена окажется более привлекательной.

**Легкое вступление в отрасль.** Поскольку на рынке достаточно большое количество конкурирующих фирм, то создать какие-то барьеры для вступления в отрасль новых производителей практически не возможно.



Под термином «конкуренция» понимается борьба между субъектами рынка за лучшие результаты деятельности и условия функционирования. Существуют различные критерии классификации данного экономического процесса.

Одним из ярких примеров монополистической конкуренции является рынок мобильной связи. На нем существует довольно много различных компаний, которые постоянно конкурируют между собой, пытаются друг у друга переманить клиентов интересными предложениями (Мегафон, МТС, ВымпелКом, Ростелеком, СМАРТС, НСС и др.).

Компании предлагают людям различные услуги, выгодные линейки тарифов. Каждому новому продукту присущи отличительные особенности.

# Антимонопольное законодательство (135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции»)

- В РФ фирма занимает доминирующее положение на рынке и может быть признана монополистом, если ее доля в производстве товаров и услуг на нем не менее 35%. Обычно – более 50%
- Антимонопольное законодательство запрещает действия органов государственной власти и хозяйствующих субъектов по ограничению конкуренции.



# КОНКУРЕНЦИЯ -

это живительная сила рыночной экономики .

Она служит мощным стимулятором роста производства и повышении его эффективности.





Спасибо за внимание!