

Конкуренция

Выполнил ученик
10А класса
Тимофеев Илья

- Конкуре́нция (лат. concurrentia, от лат. concurrere — сбегаюсь, сталкиваюсь) — борьба, соперничество в какой-либо области.

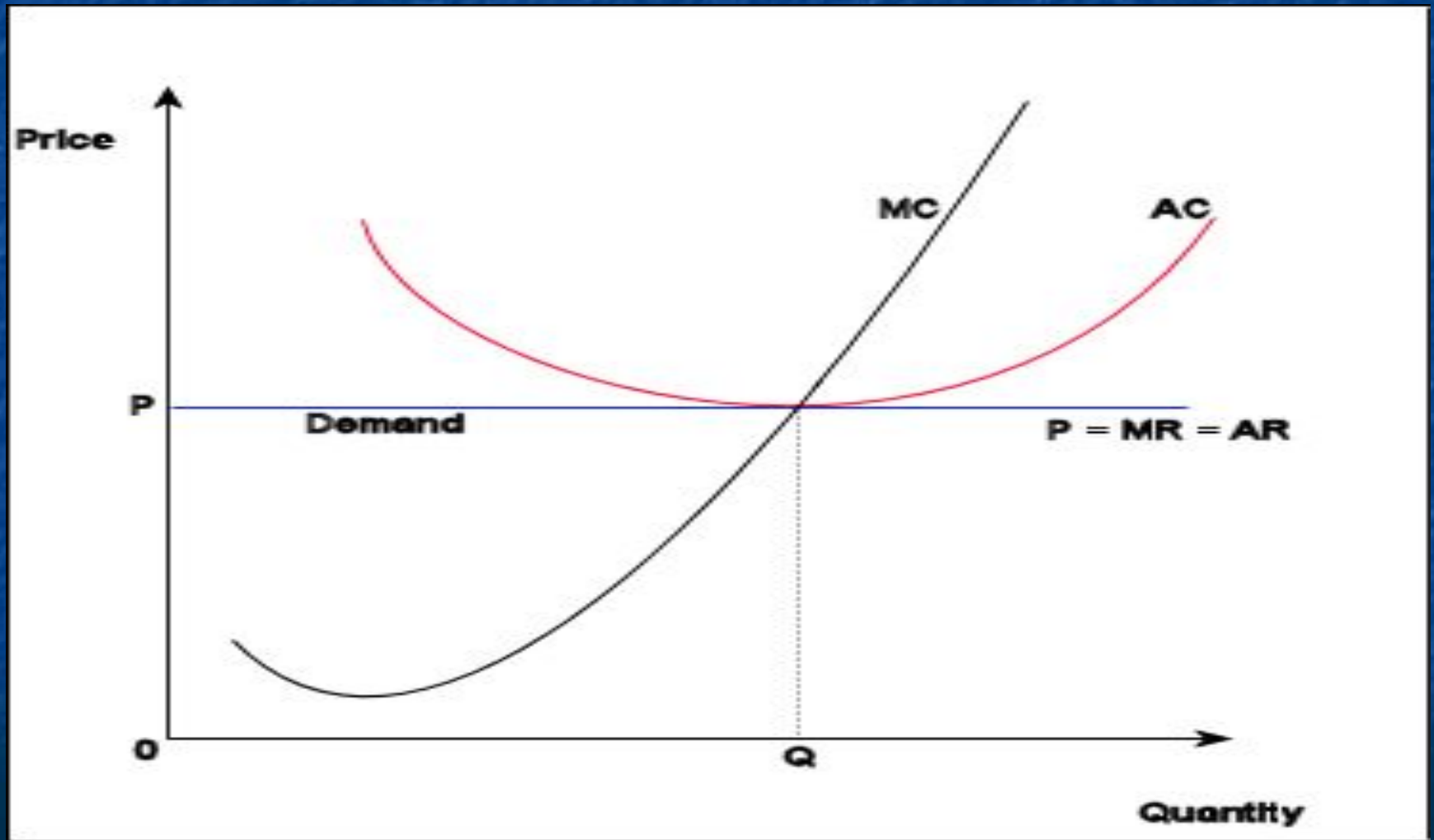
Виды конкуренции

- Совершенная конкуренция
- Несовершенная конкуренция
- Недобросовестная конкуренция
- Ценовая конкуренция
- Неценовая конкуренция
- Конкуренция покупателей
- Конкуренция продавцов
- Монополистическая конкуренция
- Экологическая модель конкуренции
- Деловая конкуренция
- Банковская конкуренция

Совершенная конкуренция

- Совершенная, свободная или чистая конкуренция — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения. Другими словами это такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.
- Признаки совершенной конкуренции:
 - бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей
 - однородность и делимость продаваемой продукции
 - отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка
 - высокая мобильность факторов производства
 - равный и полный доступ всех участников к информации (цены товаров)
- В случае, когда хотя бы один признак отсутствует, конкуренция называется несовершенной. В случае, когда эти признаки искусственно удаляются с целью занятия монопольного положения на рынке, ситуацию именуют недобросовестная конкуренция.
- В некоторых странах одним из широко используемых видов недобросовестной конкуренции является дача взяток в явном и неявном виде различным представителям государства в обмен на различного рода преференции.
- Давид Рикардо выявил закономерную в условиях свободной конкуренции тенденцию нормы прибыли к понижению.
- В реальной экономике биржевой рынок наиболее походит на рынок совершенной конкуренции. В ходе наблюдения за явлениями экономических кризисов был сделан вывод, что подобная форма конкуренции обычно терпит фиаско, выйти из которого может лишь благодаря внешнему вмешательству.

График модели совершенной конкуренции



НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- **НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ** — конкуренция в условиях, когда фирмы имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

Недобросовестная конкуренция

- Недобросовестная конкуренция — нарушение общепринятых правил и норм конкуренции. При этом нарушаются законы и неписанные правила.
- Ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ "О защите конкуренции" трактует это понятие как: любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.
- Формы недобросовестной конкуренции установлены ст. 14 указанного выше закона. Это
 - распространение ложных, неточных или искажённых сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;
 - введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества товара;
 - некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов;
 - продажа товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполнения работ, услуг;
 - получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации, в том числе коммерческой тайны, без согласия ее владельца.
- Во многих странах официально запрещён демпинг, тайный сговор на торгах и создание тайных картелей, ложная информация и реклама и другие методы недобросовестной конкуренции.
- В России существует специфический термин «административный ресурс», часто используемый в конкурентной борьбе. Под этим обычно понимается нарушение государственными должностными лицами своих полномочий, то есть коррупция.
- Также к недобросовестной конкуренции часто относят так называемый vendor lock-in, то есть практику, при которой поставщик каких-либо продуктов или сервисов создаёт потребителю препятствия к смене поставщика или взаимодействию с продуктами других поставщиков. К ответственности поставщиков, использующих эту практику привлекают нечасто. Один из известных случаев — судебный процесс Еврокомиссии против корпорации Microsoft.

Деловая конкуренция

- Деловая конкуренция — тип соревнования, возникающий между хозяйствующими субъектами, каждый из которых своими действиями ограничивает возможность конкурента односторонне воздействовать на условия обращения товаров на рынке, то есть о степени зависимости рыночных условий от поведения отдельных участников рынка.
- Пять составляющих деловой конкуренции:
 - Конкуренция между уже существующими участниками или игроками на рынке
 - Конкуренция между потенциальными участниками рынка
 - Конкуренция со стороны суррогатов какого-либо товара или услуги; (например, конкуренция продавцов кожзаменителя и кожи)
 - Рыночное давление со стороны покупателей направленное на занижение цены
 - Рыночное давление со стороны поставщиков сырья, направленное, естественно, на завышение цены

Неценовая конкуренция

- Неценовая конкуренция — метод 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, более длительными сроками службы и другими более совершенными потребительскими свойствами. Существенную роль в неценовой конкуренции играют: оформление, упаковка, последующее техническое обслуживание, реклама.
- От неценовой конкуренции следует отличать скрытую ценовую конкуренцию, которой фирмы вводят новый товар с существенно улучшенными потребительскими свойствами, а цену поднимают непропорционально мало.

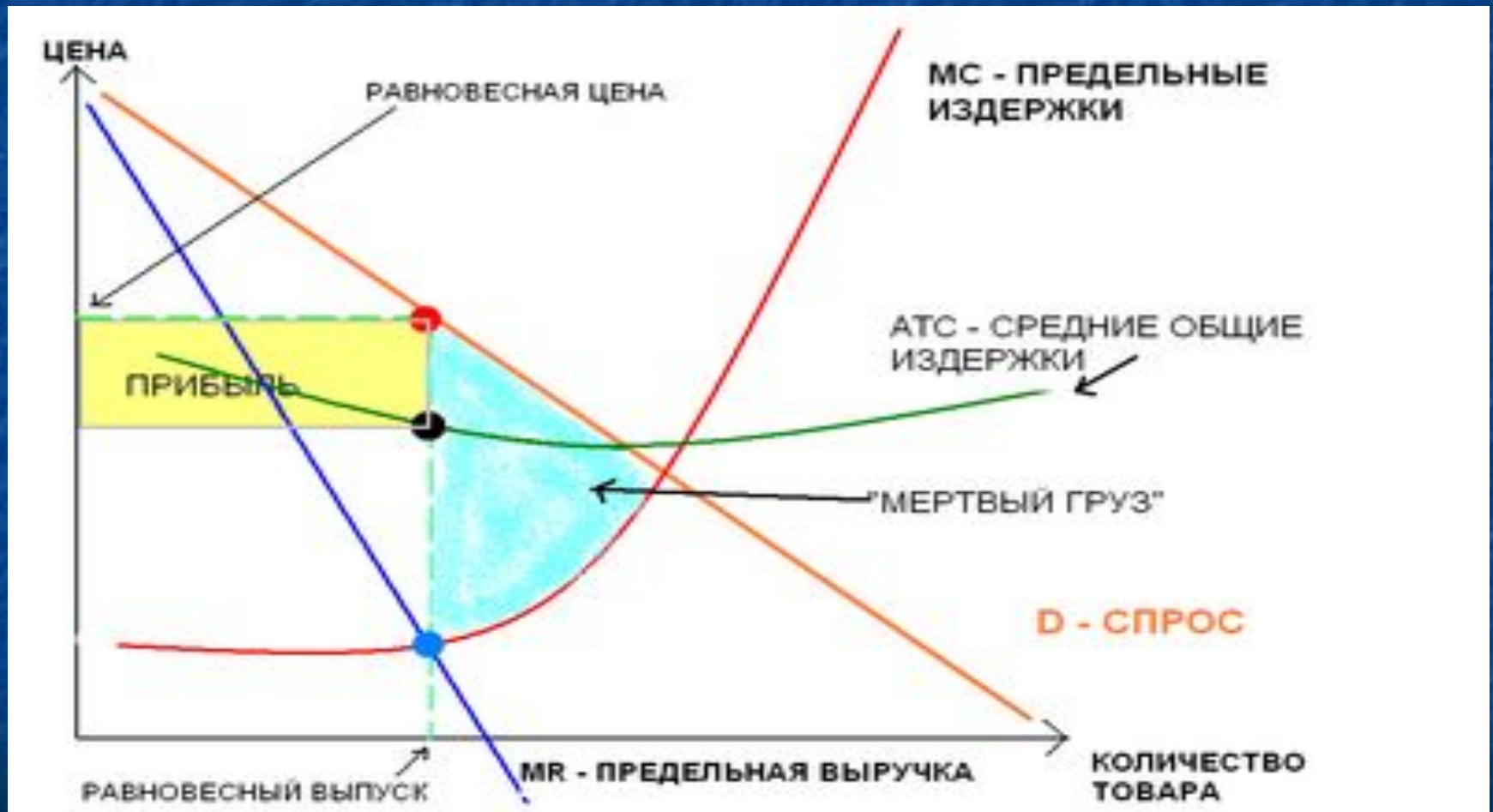
Конкуренция покупателей

- Конкуренция покупателей (конкуренция потребителей) — вид организации экономического взаимодействия на рынке, когда покупателям приходится конкурировать между собой, чтобы получить то или иное благо. Является следствием искажений на рынке. Обычно возникает на рынках с перманентным или временным дефицитом.

Монополистическая конкуренция

- Монополистическая конкуренция — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции. Это распространённый тип рынка, наиболее близкий к совершенной конкуренции.
- Монополистическая конкуренция является не только наиболее распространённой, но и наиболее трудно изучаемой формой отраслевых структур. Для подобной отрасли не может быть построено точной абстрактной модели, как это можно сделать в случаях чистой монополии и чистой конкуренции. Многое здесь зависит от конкретных деталей, характеризующих продукцию и стратегию развития производителя, предсказать которые практически невозможно, а также от природы стратегического выбора, имеющейся у фирм данной категории.
- Примерами монополистических конкурентов служат небольшие сети магазинов, ресторанов, рынок сетевой связи и тому подобные отрасли.

Абстрактная модель монополистической конкуренции в краткосрочном периоде



Экологическая модель конкуренции

- Экологическая модель конкуренции — экономическая модель, по новому трактующая проблематику конкуренции.
- Традиционная экономическая наука трактует конкуренцию как физическое явление с соответствующим набором терминов (рыночное равновесие; движущая сила; поток дохода; эластичность цены).
- Согласно экологической модели, наиболее целесообразным является использование биологической терминологии (рост; изменение; эволюция; смерть; выживание и т. п.). Компании действуют в сложной деловой экосистеме, окруженные конкурентами, клиентами, государством, инвесторами, поставщиками, профсоюзами, банками и другими институтами. Фирма подвергается воздействию с их стороны и сама на них влияет. Компания, не соответствующая внешней среде быстро разоряется (гибнет).

Деловая конкуренция

- Деловая конкуренция — тип соревнования, возникающий между хозяйствующими субъектами, каждый из которых своими действиями ограничивает возможность конкурента односторонне воздействовать на условия обращения товаров на рынке, то есть о степени зависимости рыночных условий от поведения отдельных участников рынка.
- Пять составляющих деловой конкуренции:
 - Конкуренция между уже существующими участниками или игроками на рынке
 - Конкуренция между потенциальными участниками рынка
 - Конкуренция со стороны суррогатов какого-либо товара или услуги; (например, конкуренция продавцов кожзаменителя и кожи)
 - Рыночное давление со стороны покупателей направленное на занижение цены
 - Рыночное давление со стороны поставщиков сырья, направленное, естественно, на завышение цены

Банковская конкуренция

- Банковская конкуренция — экономический процесс взаимодействия и соперничества кредитных организаций и других участников финансового рынка, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг с целью максимально полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли.
- Банковскую конкуренцию следует рассматривать как разновидность конкуренции вообще, при этом, учитывая специфические особенности рынка банковских услуг, закономерностей развития банковской системы в целом. Сферой банковской конкуренции является банковский рынок, который представляет собой совокупность рынков сбыта банковских услуг. Его специфика заключается в том, что это — очень сложное образование, имеющее весьма широкие границы и состоящее из множества элементов.