

Федеральное агенство по образованию
Челябинский Государственный университет

Презентация

*по дисциплине: «Микроэкономика»
на тему: «Конкуренция: экономическая сущность,
преимущества, виды»*

Челябинск 2010

СОДЕРЖАНИЕ:

- Введение
- Сущность конкуренции
- Функции конкуренции
- Виды



1. Сущность конкуренции

Конкуренция (от латинского «concurrere»-сталкиваться) означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров.

Введение

- Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений является понятие конкуренции (competition) . Конкуренция - это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Это конкуренция между производителями. Аналогично определяется конкуренция между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом , побуждающим человека к конкурентной борьбе , является стремление превзойти других . В соперничестве на рынках речь идет о заключении сделок и о долях участия в рыночной сфере . Конкурентная борьба - это динамический (ускоряющий движение) процесс. Он служит лучшему обеспечению рынка товарами.



- Суть конкуренции проявляется в том, что она, с одной стороны, создает такие условия, за которые покупатель на рынке имеет великое множество возможностей для приобретения товаров, а продавец - для их реализации. С другой стороны, в обмене принимают участие две стороны, любая из которых ставит свои интересы выше интереса партнера. В результате и продавец, и покупатель при заключении соглашения должны идти на взаимный компромисс при определении цены, иначе соглашение не состоится, а каждый из них понесет убытки.
Непременным условием конкуренции есть независимость субъектов рыночного отношения от определенных "высших" и внешних" сил. Эта независимость проявляется, во-первых, в возможности самостоятельно принимать решение о производстве или купле товаров или услуг; во-вторых, в свободе выбора рыночных партнеров. В процессе конкуренции хозяйствующие субъекты как бы взаимно контролируют друг друга. Конкуренция также является важным инструментом регулирования пропорций общественного производства в условиях рынка.



Рис. Экономические последствия совершенной конкуренции

**С конкуренцией связываются такие негативные стороны ее проявления,
как разорение, обнищание определенной части населения,
безработица,
нестабильность, дифференциация, социальная
несправедливость,
инфляция, образование монополий и т.д.**

Функции конкуренции

Функция регулирования. Для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель (суверенитет потребителя). Отсюда и факторы производства под влиянием цены направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

Функция мотивации. Для предпринимателя конкуренция означает шанс и риск одновременно:

-предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли (позитивные санкции).

Это стимулирует технический прогресс;

-предприятия, которые не реагируют на пожелания клиентов или нарушения правил конкуренции своими соперниками на рынке, получают наказание в виде убытков или вытесняются с рынка (негативные санкции).

Функция распределения. Конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределять доход среди предприятий и домашних хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом. Это отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу вознаграждения по результатам.

Функция контроля. Конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждого предприятия. Например, монополист может назначать цену. В то же время конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора среди нескольких продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена. Политика в области конкуренции призвана заботиться о том, чтобы конкуренция могла выполнять свои функции.

В каждой рыночной экономике существует опасность того, что участники конкурентной борьбы попытаются уклониться от обязательных норм и риска, связанных со свободной конкуренцией, прибегая, например, к сговору о ценах или имитации товарных знаков. Поэтому государство должно издавать нормативные документы, которые регламентируют правила конкурентной борьбы и гарантируют:

- качество конкуренции;**
- само существование конкуренции;**
- цены и качество изделий должны быть в центре внимания конкуренции;**
- предлагаемая услуга должна быть соразмерной по цене и другим договорным условиям;**
- защищенные правовыми нормами товарные знаки и марки помогают покупателю различать товары по их происхождению и своеобразию, а также судить о некоторых их качествах;**
- ограниченная по времени патентная защита (20 лет) и зарегистрированные промышленные образцы, а также образцы промышленной эстетики.**

Виды конкуренции:

• Различают

конкуренцию:

- *Функциональную (конкуренция определенного товара);*
- *Видовую (по цене и качеству);*
- *Межфирменную (среди отдельных предприятий и фирм);*
- *Внутриотраслевую и межотраслевую;*
- *Совершенную и несовершенную;*
- *Добросовестную и недобросовестную;*



Рис. Признаки совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономической системы, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь.

Обычно выделяются следующие признаки совершенной конкуренции:

Множественность продавцов и покупателей

Однородность выпускаемого продукта

Отсутствие возможности покупателей и продавцов Влиять на цены

Полное знание предпринимателями состояние рынка

Абсолютная мобильность производственных ресурсов

Несовершенная конкуренция предполагает функционирование на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу определенного товара. Она проявляется в виде монополии (один продавец) и монополии (один покупатель), когда отдельный рыночный субъект занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара. Определяющим при этом являются не размеры предприятия, а его доля в объеме рынка.

К несовершенной конкуренции также относятся олигополии (несколько крупных продавцов), олигополии (несколько крупных покупателей), монополистическая конкуренция (множество продавцов дифференцированной продукции).

Конкуренцию можно условно разделить на добросовестную и недобросовестную.

Основные методы добросовестной конкуренции:

- **Повышение качества продукции;**
- **Снижение цен («война цен»);**
- **Реклама;**
- **Развитие до- и послепродажного обслуживания;**
- **Создание новых товаров и услуг**

Основные методы недобросовестной конкуренции:

- **Экономический (промышленный шпионаж);**
- **Подделка продукции конкурентов;**
- **Подкуп и шантаж;**
- **Обман потребителей;**
- **Валютные махинации;**
- **Соккрытие дефектов и т. Д.**

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Г.П. Журавлева-Экономическая теория Микроэкономика-1,2-Учебник**
- Рузавин. Г.И. Основы рыночной экономики. М.: ЮНИТИ. 1996.**
- Л.С. Тарасевич,П.И. Гребенников,А.И. Леусский-Микроэкономика, учебник 2009г.**