

Конкуренция

Елисеева Е.Ю

«Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие качества людей».

Дэвид Сарнофф

Конкуренция - экономическое соперничество между производителями товаров и услуг за более выгодные условия производственной деятельности, сбыта товаров и услуг и получение благодаря этому максимальной прибыли. Конкуренция побуждает к поиску выгодного решения хозяйственных задач, в особенности производства более качественной продукции или услуг и наиболее быстрой их реализации.

Конкуренция

Совершенная

Несовершенная

Монополистическая

Олигополия

Чистая
МОНОПОЛИЯ

Монополистическая конкуренция:

- много производителей;**
- большой ассортимент
товаров**

Олигополия:

- Незначительное количество производителей (от 2х – до 5)
- Ограниченный ассортимент товара

Чистая МОНОПОЛИЯ:

- **1 производитель;**
- **1 товар;**

Признаки рынка совершенной конкуренции:

1. Каждый продавец предлагает стандартную, однородную продукцию
2. Участники имеют доступ к информации, т.е. все продавцы имеют представление о цене, технологии, возможной прибыли.
2. Участники имеют доступ к информации, т.е. все продавцы имеют представление о цене, технологии, возможной прибыли.
4. Свободный вход и выход

РЫНКИ совершенной конкуренции



Признаки несовершенной конкуренции

1. Продукция предлагается ограниченным количеством фирм
2. Производители убеждают в уникальности их продукции
3. Товары отличаются качеством, упаковкой, дизайном, обслуживанием
4. Производитель сам устанавливает цену

5. Каждая фирма является единственным производителем или монополистом
6. Вход в рынок затруднен, так как есть устоявшиеся монополистические фирмы

Рынки монополистической конкуренции



Vera Wang
kak-ya.ru



Rick Owens
kak-ya.ru



Эффективным способом конкуренции является РЕКЛАМА

JVC
+Подарок
17990.-
Серёга ЛОПУХ!
КУПИЛ ДОРОЖЕ!
ТЕХНО СИЛА
пр. Мориса Тореза 40, т.333-1-333

JVC
16990.-
Согласен.
У нас дешевле!
пр-т Энгельса, 27
Гражданский пр-т, 41
ЗЕЛЬДОРАДО

Роль конкуренции:

- 1. Позволяет расширять ассортимент товаров и услуг***
- 2. Конкурирующие производители стремятся всячески повышать качество выпускаемой продукции***
- 3. Уравновешивает спрос и предложение устанавливается оптимальная цена***

Преимущества и недостатки конкуренции

- Конкуренция стимулирует рациональное использование материальных, трудовых, финансовых и иных ресурсов, вынуждает производителей постоянно возобновлять ассортимент, пристально следить за научно-техническими новинками и активно внедрять их в производство.
- Конкуренция является одной из причин безработицы, прямо опосредствованно влияет на неравномерное распределение доходов между разными группами населения приводит к разорению мелких товаропроизводителей способствует концентрации производства, может породить монополию со всеми ее негативными последствиями.

Плюсы конкуренции для потребителя и экономики:

- нет неоправданного роста цен;
- улучшение качества товара;
- двигатель научно-технического прогресса;
- улучшение конкурентоспособности на мировых рынках;
- рост эффективности экономики.

МИНУСЫ КОНКУРЕНЦИИ :

- у кого-то товар может быть лучше;
- сложнее привлечь клиентов;
- риск быть "выдавленным" с рынка;
- строиться на корысти, и этим усиливает мотивацию совершения мошенничества и преступлений.

Виды конкуренции

- **функциональная конкуренция** — базируется на том, что одну и ту же потребность потребителя можно удовлетворить по-разному;
- **видовая конкуренция** — это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по оформлению;
- **предметная конкуренция** — это конкуренция между аналогичными товарами, но разными по качеству изделия и по притягательности марки;
- **ценовая конкуренция** — снижение цены увеличивает продажи, приводит к расширению рынка;
- **скрытая ценовая конкуренция**: продажа личного товара по цене конкурента, снижение цены потребления товара
- **незаконные методы**: антиреклама товаров конкурентов, производство товаров имитаторов (подделка).

Здоровая конкуренция

Рыночная экономика эффективна только в условиях *здоровой конкуренции*, которые невозможно достичь путем саморегулирования. В остальных других условиях, рыночная экономика не защищает интересы потребителей, а загоняет их в безысходное положение, когда приходится выбирать дорогое из дорогого и плохое из плохого. Здоровая конкуренция возможна только тогда, когда все участники рыночных отношений соблюдают правила честной конкуренции, когда четко действуют регулятивные органы государства.

Недобросовестная конкуренция – нарушение общепринятых правил и норм конкуренции. При этом нарушаются законы и неписанные правила.

Формы недобросовестной конкуренции:

- I. распространение ложных, неточных или искажённых сведений, способных причинить убытки другому предприятию либо нанести ущерб его деловой репутации;
- II. введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества товара;
- III. некорректное сравнение предприятием производимых или реализуемых им товаров с товарами других предприятий;
- IV. продажа товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности;
- V. получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации, в том числе коммерческой тайны, без согласия ее владельца.

Также недобросовестной конкуренцией может быть :

- ❖ подкуп покупателей конкурентов, направленный на то, чтобы привлечь их в качестве клиентов и сохранить на будущее их признательность;
- ❖ выяснение производственных или коммерческих тайн конкурента путем шпионажа или подкупа его служащих;
- ❖ неправомерное использование или раскрытие ноу-хау конкурента;
- ❖ побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву их контрактов с нанимателем;
- ❖ угроза конкурентам исками о нарушении патентов или товарных знаков, если это делается недобросовестно и с целью противодействия конкуренции в сфере торговли;
- ❖ бойкотирование торговли другой фирмы для противодействия или недопущения конкуренции;
- ❖ демпинг, т.е. продажа своих товаров ниже стоимости с намерением противодействовать конкуренции или подавить ее;
- ❖ намеренное копирование товаров, услуг, рекламы или других аспектов коммерческой деятельности конкурента;
- ❖ поощрение нарушений контрактов, заключенных конкурентами;
- ❖ выпуск рекламы, в которой проводится сравнение с товарами или услугами конкурентов;

Свободная конкуренция

- Свободная конкуренция - конкуренция, при которой деятельность отдельных предпринимателей, направленная на производство и сбыт товаров, не ограничена государственным регулированием и существованием монополий.

Преимущества свободной конкуренции:

- ❑ способствует более эффективному использованию ресурсов при производстве необходимых для общества товаров;
- ❑ вызывает необходимость гибко реагировать и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям производства;
- ❑ создает условия по оптимальному использованию научно-технических достижений в области создания новых видов товаров, внедрения новой техники и технологий, разработке более совершенных методов организации и управления производством;
- ❑ обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей;
- ❑ нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей и на повышение качества товаров услуг.

Недостатки свободной конкуренции:

- не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов (леса, дикие животные, запасы недр, морей и океанов);
- отрицательно сказывается на защите окружающей среды;
- не обеспечивает развитие производства товаров и услуг коллективного пользования (дамбы, дороги, общественный транспорт);
- не создает условия для развития фундаментальной науки, системы общего образования, многих элементов городского хозяйства;
- не гарантирует право на труд, на доход на отдых;
- не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

Пример Apple и Samsung



Цена

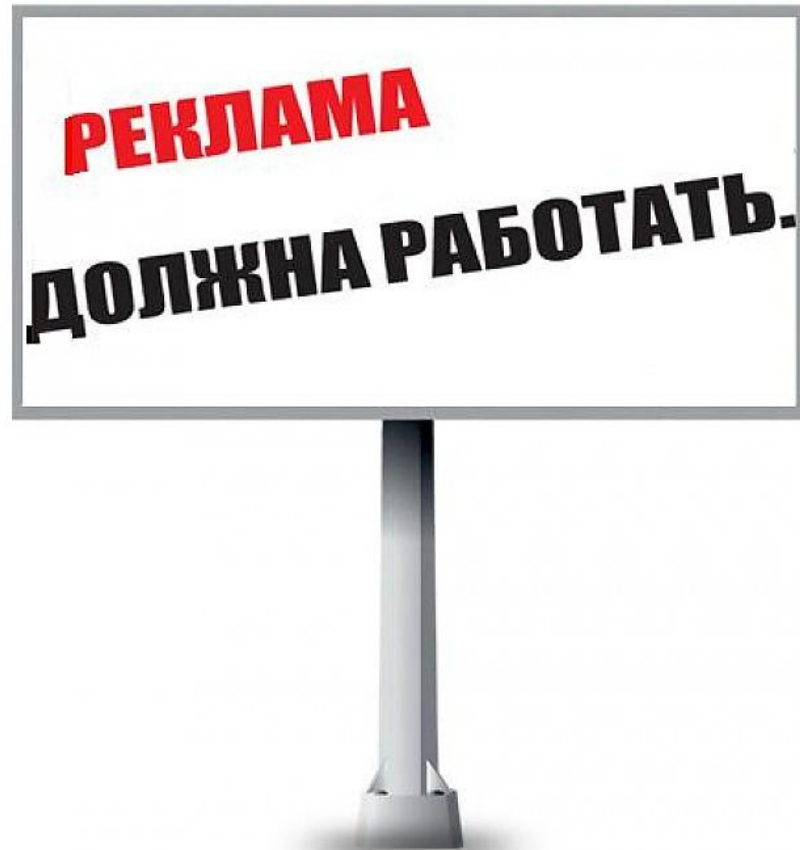


Вкусы и предпочтения потребителей.

Качество



Реклама



Влияние науки на экономику: Наука - это важнейший инструмент интенсификации производства: материалы, оборудование и т.п.

2. На основе внедрения наукоемких технологий формируется новый мировой экономический порядок.

3. На основе научного знания происходит Научно-техническая революция (НТР) в середине 20-го века, когда наука становится решающей производительной силой. Предметы труда для переработки, например, лунного грунта созданы благодаря науке; конвейерной работы нет, происходит экологизация, ресурсосбережение.

Влияние экономики на науку:

1. Определяет приоритетные направления прикладных исследований.

2. Осуществляет их финансирование.

Проблемы: Слабый интерес бизнеса к фундаментальным исследованиям. Ожидание быстрого экономического эффекта от научных разработок. Нестойкая производительность научной деятельности. Конфликты между интересами бизнеса и общечеловеческими ценностями (дешевле оплатить страховку за жизнь, чем покупать новый самолет). Невозможность четкого определения экономического эффекта от полученных научных достижений.

Наука не только энергоемкое, но и финансово затратное предприятие, не всегда является прибыльным. Также в реальном производственном процессе существуют тормозящие механизмы, направленные на сохранение и модификацию уже существующей технологии и препятствующие ее резкой смене и деконструкции. Если прикладные науки, обслуживая производство, могут надеяться на долю в распределении его финансовых ресурсов, то фундаментальные науки напрямую связаны с объемом государственного бюджетного финансирования. Практический выход фундаментальных исследований непредсказуем и не может быть гарантирован, непосредственно связан с его успешным технологическим применением. Именно обоснованная экономическая стратегия в отношении технических наук нуждается в выверенных и точных ориентирах, учитывающих всю масштабность и остроту проблемы взаимодействия мира естественного и мира искусственного, экономики