

«КОНКУРЕНЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ
И РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ
ХОЗЯЙСТВЕННОМ МЕХАНИЗМЕ»

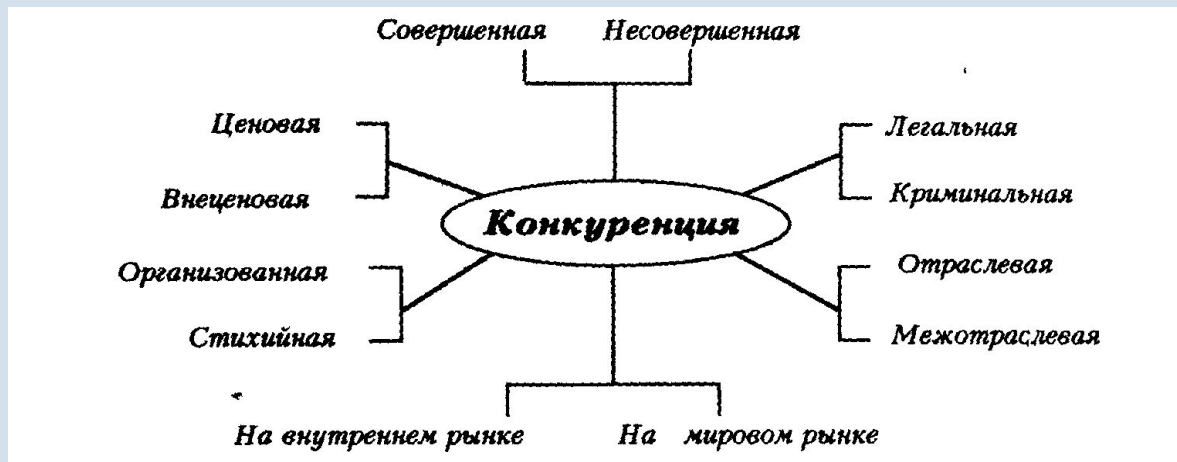


Понятие «рынок» и его функции

- *Рынок* – это организованная структура, которая сводит производителей и потребителей, где в результате взаимодействия спроса потребителей и предложения производителей устанавливаются цены товаров и объемы продаж.
- *Функции рынка*: регулирующая, информационная, посредническая, санирующая и многие другие.

Виды конкуренции

- *Конкуренция* (с лат. *concurrere* – сталкиваться) – это борьба между независимыми производителями товаров за более выгодные условия производства и сбыта товаров и за получение в конечном счете большей прибыли.



1. Монополия

Монополия:

Фирма-
монополист
является целой
отраслью

Свобода выбора
объемов
производства и
цены

Делят на
естественные и
искусственные

Понятие «чистая
монополия»
является
абстракцией

2. Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция:

Большое число продавцов

Стандартизированная продукция

Производители не оказывают влияния на формирование цен

Отсутствие барьеров входа/выхода

3. Монополистическая конкуренция

Монополистическая конкуренция:

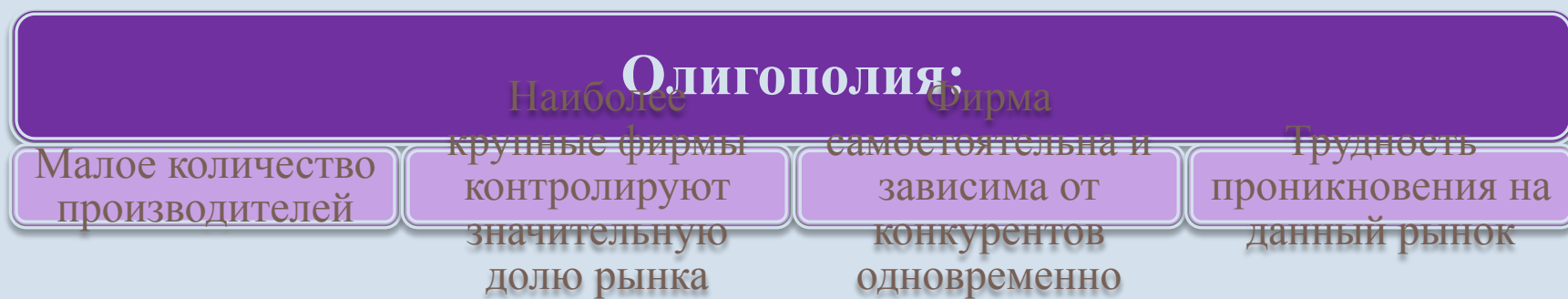
Малые размеры и
многочисленность
фирм

Несовершенная
информация

Дифференциация

Низкие барьеры
входа/выхода

4. Олигополия



5. Монопосония

Монопосония:

Большое число
продавцов

Только один покупатель

Покупатель создает
цены

□ Краткие характеристики основных видов конкуренции:

Характерная черта	Чистая монополия	Олигополия	Монополистическая конкуренция
Число фирм	Одна	Несколько	Много
Тип продукта	Уникальный, близких заменителей нет	Стандартизированный	Дифференцированный
Контроль над ценами	Полный	Ограниченный взаимозависимостью	Небольшой
Условия вступления в отрасль	Блокировано	Трудно	Сравнительно легко
Типичные отрасли	Коммунальное хозяйство (водо-, газо-, электро-снабжение и т.п.)	Металлургия, автомобиле- и станкостроение, нефтедобыча	Розничная торговля, швейная, обувная промышленность

Конкурентные силы М. Портера

- Для того, чтобы определить уровень конкуренции и привлекательность отрасли, Майкл Портер выделил конкурентные силы, которые он называет «микросредой».



Методы конкуренции

- *Ценовая конкуренция.* Применяется фирмами-аутсайдерами в борьбе с монополиями. Кроме того, ценовые методы используются для проникновения на рынки с новыми товарами или для укрепления позиций фирмы.
- *Неценовая конкуренция.* Она выдвигает на первый план надежность, дизайн, меньшее энергопотребление, предотвращение загрязнения природы и прочие свойства. Орудие неценовой конкуренции – реклама, особенно в наши дни.

Анализ конкурентной среды в РФ

- *Что же характерно для конкуренции Российского рынка?*
 1. Проблема конкурентоспособности российских товаров. Для решения этой проблемы необходима продуманная, грамотная политика государства, направленная на контроль ввоза товаров и содействие отечественному производителю.
 2. Протекционистская политика в отношении импортных товаров.
 3. Уменьшение роли ценовой конкуренции, т.к. в наши дни важную роль играют такие свойства, как меньшее энергопотребление, сниженная металлоемкость, предотвращение загрязнения природы и другие.
 4. Государственная политика демонополизации экономики и развития конкуренции, целью которой является повышение эффективности общественного производства на основе рыночного регулирования экономических процессов.