

# ТЕМА. ТЕОРИЯ КОНКУРЕНЦИИ



# ПЛАН

1. Конкуренция: сущность, функции, виды, методы.
2. Рыночная структура. Типы рыночных структур



# Конкуренция

◆ Конкуренция (от лат. *concurrentia*) – соперничество участников рыночного процесса за лучшие условия производства и реализации товаров, за получение максимального результата



# Функции конкуренции

- **регулирующая:** конкуренция регулирует пропорции производства и предложения товаров;
- **размещения:** конкуренция способствует концентрации ресурсов в руках наиболее конкурентоспособных субъектов;
- **распределительная:** доходы распределяются согласно конкурентоспособности ресурса;
- **контролирующая:** конкуренция противодействует монопольным тенденциям



# Виды конкуренции

**По отраслевому признаку:**

◆ **внутриотраслевая конкуренция** – соперничество производителей одной отрасли за счет совершенствования производства, внедрения достижений НТП; встречается как:

- **предметная конкуренция** практически идентичных товаров, но разных производителей; товаров, иногда различающихся качеством;
- **видовая конкуренция** товаров, удовлетворяющих одну и ту же потребность, но различающихся некоторыми характеристиками;



# Michael Eugene Porter (р. 1947)



Майкл Портер – профессор кафедры делового администрирования Гарвардской бизнес-школы, признанный специалист в области изучения конкуренции

**Силы, определяющие соперничество в отрасли (согласно М. Портеру):**

- угроза появления товаров-заменителей;
- угроза появления новых конкурентов;
- способность поставщиков торговаться;
- способность покупателей торговаться



# Виды конкуренции

- ◆ **межотраслевая конкуренция** – это соперничество производителей за наиболее выгодное направление ресурсов в различные сферы экономики; встречается как:
  - **функциональная конкуренция** товаров, удовлетворяющих потребность различными способами;
  - **перелив капитала** – перемещение капитала в отрасль с наиболее благоприятными условиями



# Виды конкуренции

- ◆ **внутрифирменная конкуренция** – соревнование подразделений крупной фирмы (**напр., концерна**) по издержкам и качеству продукта





# Виды конкуренции

## **По территориальному признаку:**

- ◆ региональная (межрегиональная) и
- ◆ международная конкуренция связаны с размещением природных ресурсов, историческими традициями производства.

## **По предмету (объекту):**

- ◆ конкуренция цен,
- ◆ конкуренция качества



# Виды конкуренции

## По субъектам:

- ◆ между продавцами – за приобретение ресурсов и наилучший вариант их использования;
- ◆ между покупателями – за максимизацию полезности и наилучший вариант использования своего бюджета;
- ◆ между продавцами и покупателями – за реализацию своих интересов



# Методы конкуренции

**Экономические методы** → подавление конкурента  
лучшими экономическими показателями:

- низкими издержками и ценами;
- лучшей организацией производства и обслуживания;
- высоким качеством продукта и т.д.;

делятся на две группы:



# Методы конкуренции

**ценовые методы** → снижение цен на продукт:

- на основе снижения издержек или
- в ущерб прибыли;

имели широкое распространение в период свободной конкуренции (до к. XIX в.), в н.вр. ушли на второй план; проявляются

- в открытом виде (демпинг, ценовая война);
- в скрытом виде (скидки, ценовая дискриминация);



# Методы конкуренции

**неценовые методы** → улучшение качества продукта, обслуживания, новые модели и т.д.;

**в н.вр. время выходят на первый план;**

делятся на две группы:

- **конкуренция по продукту** – диверсификация продукта, улучшение его качества при сохранении цены;
- **конкуренция по условиям продаж** – реклама, обслуживание, система скидок и льгот, продажа в рассрочку и лизинг;



# Методы конкуренции

**НЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ** → использование мер неэкономического характера:

- государственное регламентирование производства;
- правительственные заказы;
- сбивание цен;
- лишение конкурента сырья, рынков сбыта и др.;



# Методы конкуренции

- ◆ **методы недобросовестной (нечестной) конкуренции**
  - не связаны с повышением эффективности производства или улучшением качества продукта:
  - промышленный шпионаж;
  - переманивание специалистов;
  - использование чужого товарного знака;
  - подделка продукта;
  - коррупция;
  - махинации с отчетностью;
  - спекуляция ценными бумагами;
  - подрыв репутации конкурента и др.;
- ◆ **а также неэкономические методы прямого насилия:**
  - угрозы, убийства, поджоги и др.



# Преимущества конкуренции

- снижение издержек и цен,
- повышение эффективности,
- улучшение качества продукта,
- расширение ассортимента товаров





# Отрицательные стороны конкуренции

◆ банкротство фирм и безработица



# Рыночная структура

**условия рыночной конкуренции, которые существуют в отдельных отраслях (на отдельном отраслевом рынке)**



# **Типы рыночных структур** (типы рынка, типы конкуренции):

- **совершенная (чистая) конкуренция**  
(свободная конкуренция, свободный рынок);
- **монополия;**
- **олигополия;**
- **монополистическая конкуренция.**

Три последних типа рынка образуют **несовершенную конкуренцию.**



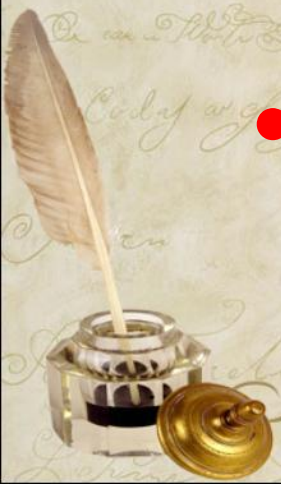
## Условия типологизации рыночных структур:

- количество участников рынка,
- характеристика продукта,
- влияние рыночного субъекта на цену,
- возможность входа-выхода в отрасли (на отраслевом рынке)



# Совершенная (чистая) конкуренция

- огромное количество участников рынка,
- стандартизированный (однородный) продукт, т. е. отсутствуют торговые марки и другие индивидуальные характеристики товара, товары являются абсолютными заменителями,
- отсутствие возможности влиять на цену продукта («соглашающийся с ценой»),
- свободный вход-выход в отрасли;
- пример — рынок сельхозпродуктов



# Несовершенная конкуренция

- ◆ Когда нарушается хотя бы одно из условий совершенной конкуренции, речь идет о несовершенной конкуренции.
- ◆ Последовательно ведущаяся конкуренция приводит к снижению издержек, цен, а, след-но, прибыли. Ради сохранения прибыли участники рынка стараются ограничить конкуренцию или уйти от конкуренции.



# МОНОПОЛИЯ

(от греч. *μονο* + *πολεο* – владею один)

- единственный продавец,
- уникальный продукт,
- возможность устанавливать цену продукта  
(«диктующий цену»),
- вход в отрасль блокирован барьерами



# Входные барьеры

- препятствия для проникновения на рынок новых производителей:
  - права на производство (лицензии для кабельного телевидения, авиаперевозок, банков, мед. обслуживания, авторские права, патенты на изобретения и т.д.);
  - собственность на невозпроизводимые ресурсы (полезные ископаемые, человеческий талант);
  - стоимость входа в отрасль (высокий начальный капитал);
  - нечестная конкуренция (дискредитация конкурента, давление на банки и др.)





# Монопсония

- ◆ разновидность монополии;
- ◆ существование на рынке единственного покупателя → монополия спроса

# Двусторонняя монополия

- ◆ разновидность монополии;
- ◆ взаимодействие на рынке единственного продавца и единственного покупателя



# ОЛИГОПОЛИЯ

(владеют несколько)

- несколько крупных фирм делят рынок,
- производится:
  - стандартизированный продукт  
(сырье, материалы, напр., сталь, цемент),
  - дифференцированный продукт  
(электроприборы, табачные изделия,  
автомобили и т.д.),
- контроль над ценой возможен в различных формах, напр., тайный сговор,
- труднопреодолимые входные барьеры на входе в отрасль



# Монополистическая конкуренция

- множество поставщиков данного товара,
- дифференциация товара,
- ограниченный контроль над ценой,
- относительно свободное вступление в отрасль



- ◆ Большинство товаров на современных рынках, производятся в отраслях, где господствует монополистическая конкуренция или олигополия: машиностроение, производство сырья и материалов, одежды, обуви, мебели, книг.
- ◆ Олигополия по своим характеристикам ближе к монополии,
- ◆ а монополистическая конкуренция ближе к совершенной конкуренции



# Классификация рыночных структур

## ◆ **крайние:**

- совершенная конкуренция – **полный диктат общества над производством;**
- монополия – **полный диктат производства над обществом;**

## ◆ **промежуточные;**

- монополистическая конкуренция;
- олигополия;



# Классификация рыночных структур

- ◆ **идеальные** → совершенная конкуренция и монополия – их трудно встретить в реальной жизни;
- ◆ **реальные** → монополистическая конкуренция и олигополия представлены в реальной экономике





<b>рост</b>	концентрации производства; размеров фирмы; доли фирмы в отраслевом предложении; рыночной власти фирмы; нормы прибыли производителя; входных барьеров в отрасль
<b>снижение</b>	количества участников рынка; эффективности; степени заменяемости продукта



# ЦИКЛЫ КОНКУРЕНЦИИ

## 1. Цикл свободной конкуренции

(зарождение товар. пр-ва – к. XIX в.)

### Характеристика:

- атомистическая структура спроса и предложения;
- отсутствие дифференциации продукта, влияния производителя на потребителя, препятствий конкуренции;
- преобладание мелких фирм;
- низкая концентрация производства;
- зависимость прибыли от издержек и выпуска;
- высокая степень эксплуатации;
- малая роль государства в экономике.





# ЦИКЛЫ КОНКУРЕНЦИИ

## 2. Цикл чистой монополии (сер.1890-х гг.-1929 г.)

### Характеристика:

- усиление концентрации производства;
- групповые формы собственности;
- вытеснение малого бизнеса;
- протекционистская политика государства;
- монопольная прибыль;
- наличие барьеров входа и выхода из отрасли



# Циклы конкуренции

## 3. Цикл монополистической конкуренции (после кризиса 1929-33 гг.)

### Характеристика:

- изменение отношений собственности: отчуждение акционеров от управления реальными активами;
- рост концентрации производства;
- основная форма организации бизнеса – корпорация,
- продолжение вытеснения мелкого бизнеса;
- увеличение оптимального и среднего размера фирм;
- изменение отраслевой структуры: сокращение доли с/х-ва, рост доли промышленности, нематериального пр-ва;
- дифференциация и индивидуализация продукта;
- резкое усиление вмешательства государства в экономику



# Циклы конкуренции

## 4. Кооперативная конкуренция

(с 1974-75 по 2010-15 гг.)

### Характеристика:

- распространение собственности на титулы;
- разнообразие форм собственности;
- основная форма организации бизнеса – корпорация;
- стабилизация или уменьшение концентрации производства;
- уменьшение оптимального размера фирмы;
- рост доли сферы услуг, информационного бизнеса;
- преобладание олигополии;
- развитии предпринимательских сетей;
- смена кейнсианских методов регулирования экономики монетаристскими и неоклассическими

