

Федеральное агентство по образованию  
Челябинский Государственный университет

Презентация

*на тему:*

**«Конкуренция: экономическая сущность,  
преимущества, виды»**

# 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.**