



РГСУ

Конкуренция и конкурентоспособность как движущие силы развития общества.

Гусарева Надежда Борисовна

Конкуренция – процесс управление субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения целей и одержания победы в конкурентной борьбе в рыночных условиях.

«Конкуренция – это централизованное планирование, осуществляемое множеством самостоятельных индивидов.»

Фридрих Хаек



Конкуренция – главный инструмент экономики.

Роль конкуренции состоит в том, что при ее наличии на рынке производители целью получения максимальной прибыли стремятся снизить издержки производства на единицу продукции. В результате этого создается возможность снижения цены, что увеличивает объем продаж у производителя и его доход.





Виды конкуренции по масштабам развития

- ~ местная (среди товаровладельцев какой-то территории);
- ~ отраслевая (в одной из отраслей рынка идет борьба за получение наибольшего дохода);
- ~ международная (борьба между фирмами различных стран за: - более выгодные условия производства и сбыта товаров (услуг) на мировом рынке);
- ~ национальная (состязание отечественных товаровладельцев внутри данной страны);
- ~ глобальная (борьба предприятий, хозяйственных объединений и государств разных стран на мировом рынке).

Формы конкуренции

- ~ Предметная (между товарами);
- ~ Функциональная (различные товары могут удовлетворять одну и ту же потребность);
- ~ Личностная (между людьми).



Методы конкуренции

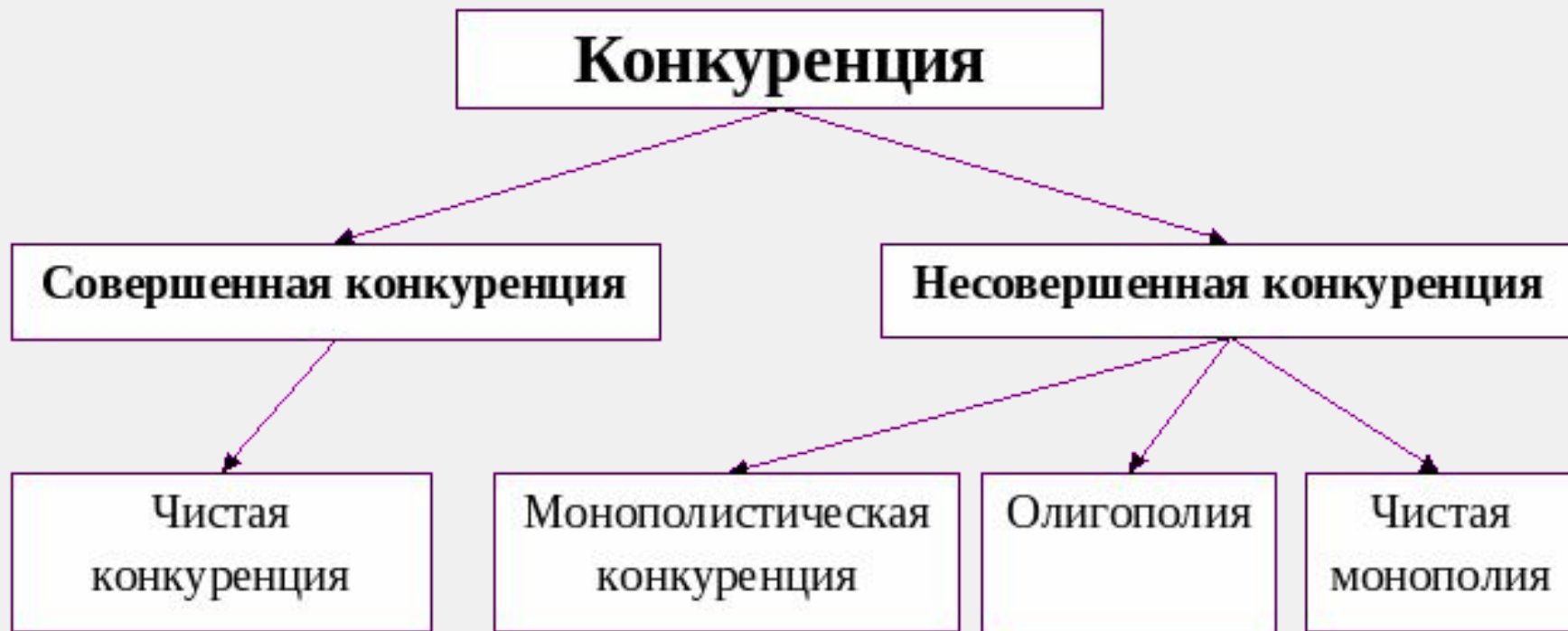
- ~ Неценовая (улучшение качества продукции);
- ~ Ценовая (конкуренция, на основе снижения цены);
- ~ Интегральная (использование всех конкурентных преимуществ);
- ~ На основе критерия повышения качества сервиса;
- ~ На основе снижения эксплуатационных затрат;
- ~ На основе повышения качества управления.

Виды конкуренции в соответствии с потребностью, заложенной в основе товара

- ~ Горизонтальная (конкуренция между производителями одного и того же вида товара);
- ~ Вертикальная (конкуренция между производителями разных товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность покупателя).




Виды конкуренции в зависимости от соотношения спроса и предложения



Чистая конкуренция. Ключевыми характеристиками рынка чистой конкуренции являются:

- большое число покупателей и продавцов, не обладающих достаточной силой, чтобы повлиять на цены;

-  - взаимозаменяемые товары, которые продаются по ценам, определяемым соотношением между спросом и предложением ;
- полное отсутствие рыночной силы.





Несовершенная конференция

Монополистическая конкуренция — тип рыночной структуры, где обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного продукта конкурируют за объём продаж.

Олигополистическая конкуренция — это модель рынка, в которой доминирующие позиции занимает малое количество предприятий.

Чистая конкуренция - это конкуренция, которая происходит на рынке, где взаимодействует весьма большое число фирм, производящих стандартные, однородные товары. В этих условиях любая фирма может вступить на рынок, здесь не осуществляется контроль за ценами.

Рынок – экономические отношения связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируется спрос, предложение и цена.

- **Рынок** – экономические отношения связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируется спрос, предложение и цена.



Факторы влияющие на конкурентную борьбу:

1. размер рынка (чем больше, тем сильнее)
2. темпы роста рынка (быстрый рост облегчает проникновение на рынок)
3. фактор мощности (изменение мощности приводит к падению цен)
4. цена
5. уровень стандартизации товаров

Конкурентоспособность – свойство объекта характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения или конкретной потребности, по сравнению с аналогичными объектами, представленном на данном рынке.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

*Гусарева Надежда Борисовна
Nadezdagusareva@yandex.ru*

г. Москва, 2016 год.