

Тема 5. Экономическая среда бизнеса. Конкуренция в экономической среде бизнеса

- От степени развития среды бизнеса зависит скорость освоения новых видов бизнеса, обусловленных внедрением на рынок принципиально новых товаров, технологий и организационных форм деятельности.
- В среде бизнеса целесообразно выделение экономической среды бизнеса и неэкономической среды бизнеса

- **Экономическая среда бизнеса** – это совокупность факторов, условий деятельности и особенностей окружения субъектов бизнеса в сферах создания и реализации товаров и услуг, осуществления работ.

Составляющие экономической среды бизнеса

- деловые связи
- инфраструктура бизнеса
- рынок

Структурные уровни экономической среды бизнеса

Уровень рыночной среды -

пространство самоорганизации элементов этой среды, внутри которого осуществляется взаимодействие различных субъектов бизнеса.

Виды рынков

- **Локальный рынок** (среда взаимодействия субъектов бизнеса в отдельных регионах государства)
- **Общенациональный рынок** (среда взаимодействия всех субъектов бизнеса, на территории государства)
- **Международный рынок** (среда взаимодействия всех субъектов бизнеса, деятельность которых выходит за национальные границы отдельных государств)

4 структурных уровня рыночной среды бизнеса

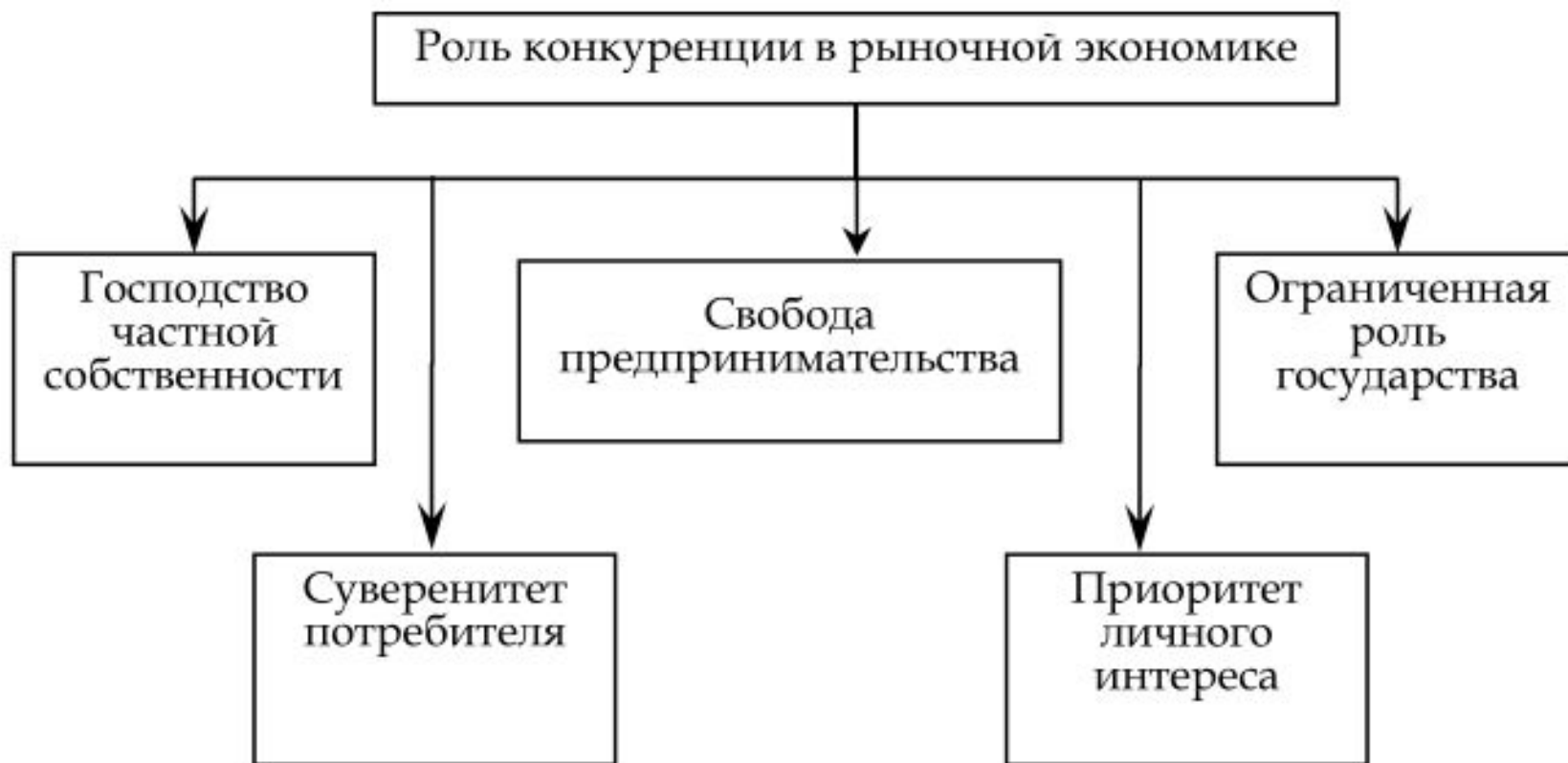
- **микроуровень** (внутренняя среда бизнеса);
- **мезоуровень** (локальная рыночная среда);
- **макроуровень** (общенациональная рыночная среда);
- **мегауровень** (международная рыночная среда).

Конкуренция в экономической среде бизнеса

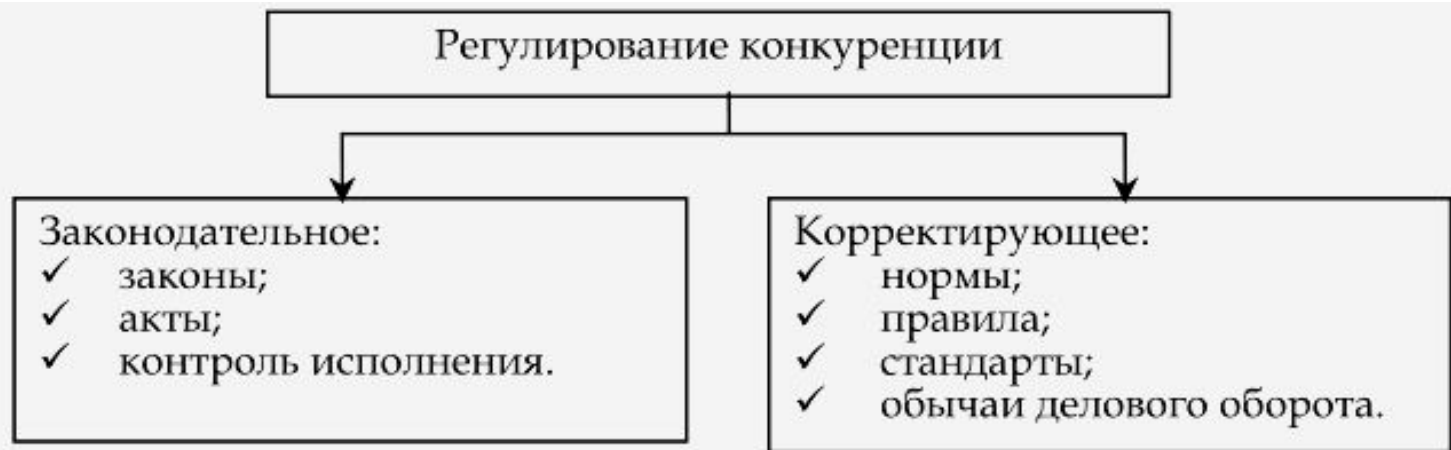
- Неоднозначная роль конкуренции в экономике была впервые последовательно раскрыта великим английским экономистом Адамом Смитом в конце 18 века.
- Проведенный им анализ природы человека, взаимодействия и взаимосвязи человека и общества был положен в основу формулировки понятия «Ното еconomics» - «экономический человек».
- Основой экономического учения А. Смита был принцип **свободой конкуренции**. Он считал, что только при свободном передвижении капитала, товаров, денег, людей ресурсы общества могут быть использованы оптимально.

Политика естественной свободы, по А. Смиту, включала следующие элементы:

- свободное движение рабочей силы;
- свободная торговля землей;
- отмена правительственной регламентации функционирования промышленности и внутренней торговли;
- свободная внешняя торговля.



Роль конкуренции в рыночной экономике



Способы регулирования конкуренции

ЗАКОН
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
от 25 декабря 2008 года № 112-IV

О конкуренции

(с изменениями и дополнениями по состоянию на 31.10.2015 г.)

*Утратил силу с 1 января 2016 года в соответствии с
Кодексом РК от 29 октября 2015 года № 375-V*

Планом нации по реализации пяти институциональных реформ «Сто конкретных шагов» Главы государства Н.А. Назарбаева



изменение концепции работы антимонопольной службы и ее приведение в соответствие со стандартами ОЭСР

- Несмотря на то, что важные изменения в антимонопольное законодательство уже были приняты в период 2013-2015 гг., в том числе в рамках его гармонизации с нормами Модельного закона, утвержденного Решением Высшего Евразийского экономического совета от 24 октября 2013 года №50 для стран-участниц евразийской интеграции, антимонопольное законодательство требует дальнейшего совершенствования и приведения его норм в соответствие с лучшей международной практикой.
- В соответствии с Посланием Главы государства Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 30 ноября 2015 года Президентом страны было поручено выработать конкретные предложения по усилению антимонопольной деятельности, а также законодательно предусмотреть его статус и порядок работы.

Антимонопольное законодательство Республики Казахстан (ст.2)

- Антимонопольное законодательство Республики Казахстан основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан.
- Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан, установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, то применяются правила международного договора

Основными принципами конкуренции являются:

- 1) состязательность;
- 2) добросовестность;
- 3) законность;
- 4) соблюдение прав потребителей.

Конкурент - субъект рынка, находящийся в состоянии состязательности с другими субъектами соответствующего рынка ввиду того, что производит и (или) реализует на соответствующем товарном рынке товар, аналогичный либо взаимозаменяемый с товаром субъектов рынка;

Конкуренция - состязательность субъектов рынка, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке ;

Пять конкурентных сил



Государственная монополия - исключительное право государства на производство, реализацию или покупку какого-либо товара на конкурентном рынке, вводимое в порядке, предусмотренном настоящим Законом;

Монополистическая деятельность - деятельность субъектов рынка, положение которых дает возможность контролировать соответствующий товарный рынок, в том числе позволяет оказывать значительное влияние на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке;

Антимонопольный орган - государственный орган, осуществляющий руководство в сфере защиты конкуренции и ограничения монополистической деятельности, контроль и регулирование деятельности, отнесенной к сфере государственной монополии;

Виды конкуренции

Совершенная (свободная) конкуренция

Полиополия

тип отраслевого рынка с небольшим числом крупных продавцов, но не настолько малым, чтобы оказывать определяющее монопольное влияние на рыночные цены.

Несовершенная конкуренция

Монополия
единственный поставщик (продавец)

Дуополия
два поставщика (продавцов, делящих данный рынок на две части)

Олигополия
ограниченное число поставщиков (продавцов), являющихся наиболее удачливыми

Эффективная конкуренция

естественные монополии

Искусственные монополии

государственная монополия

локальная монополия

временная монополия

К монополистической деятельности, ограниченной Законом, относятся:

- 1) антиконкурентные соглашения субъектов рынка;
- 2) антиконкурентные согласованные действия субъектов рынка;
- 3) злоупотребление доминирующим или монопольным положением.

Организационные формы монополистических объединений:

- 1) **холдинг**- головная компания, владеющая акциями участников концерна и благодаря этому, влияющая на их деятельность;
- 2) **картели** (объединение ряда предприятий одной отрасли промышленности, не ликвидирующее их производственной и коммерческой самостоятельности, но предусматривающее между ними соглашение по ряду вопросов);
- 3) **синдикаты** (это объединение ряда предприятий одной отрасли промышленности с ликвидацией их коммерческой самостоятельности);
- 4) **тресты** (объединение собственности и управления ряда предприятий одной или нескольких отраслей промышленности с полной ликвидацией их самостоятельности как в коммерческом, так и в производственном отношениях);
- 5) **комбинаты** (объединяют предприятия различных, связанных друг с другом отраслей промышленности, например, каменноугольную, металлургическую и машиностроительную);
- 6) **концерны** (объединение ряда предприятий различных отраслей макроэкономики путём установления единого финансового контроля над ними через скупку их акций). Концерны являются высшей формой монополистических объединений;
- 7) **конгломерат** (объединение, основанное на проникновении крупных корпораций в отрасли, не имеющие производственной и технологической связи со сферой деятельности головной фирмы).

Недобросовестная конкуренция

- любые действия в конкуренции, направленные на достижение или предоставление неправомерных преимуществ, а также нарушающие законные права потребителей.
- Недобросовестная конкуренция запрещается.

К недобросовестной конкуренции относятся следующие действия:

- 1) неправомерное использование товарных знаков, упаковки;
- 2) неправомерное использование товара другого производителя;
- 3) копирование внешнего вида изделия;
- 4) дискредитация субъекта рынка;
- 5) заведомо ложная, недобросовестная и недостоверная реклама;
- 6) реализация (приобретение) товара с принудительным ассортиментом;
- 7) призыв к бойкоту продавца (поставщика);
- 8) призыв к дискриминации покупателя (поставщика);
- 9) призыв субъекта рынка к разрыву договора с конкурентом;
- 10) подкуп работника продавца (поставщика);
- 11) подкуп работника покупателя;
- 12) неправомерное использование информации, составляющей коммерческую тайну;
- 13) реализация товара с предоставлением потребителю недостоверной информации в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара и (или) его производителей;
- 14) некорректное сравнение субъектом рынка производимых и (или) реализуемых им товаров с товарами, производимыми и (или) реализуемыми другими субъектами рынка.