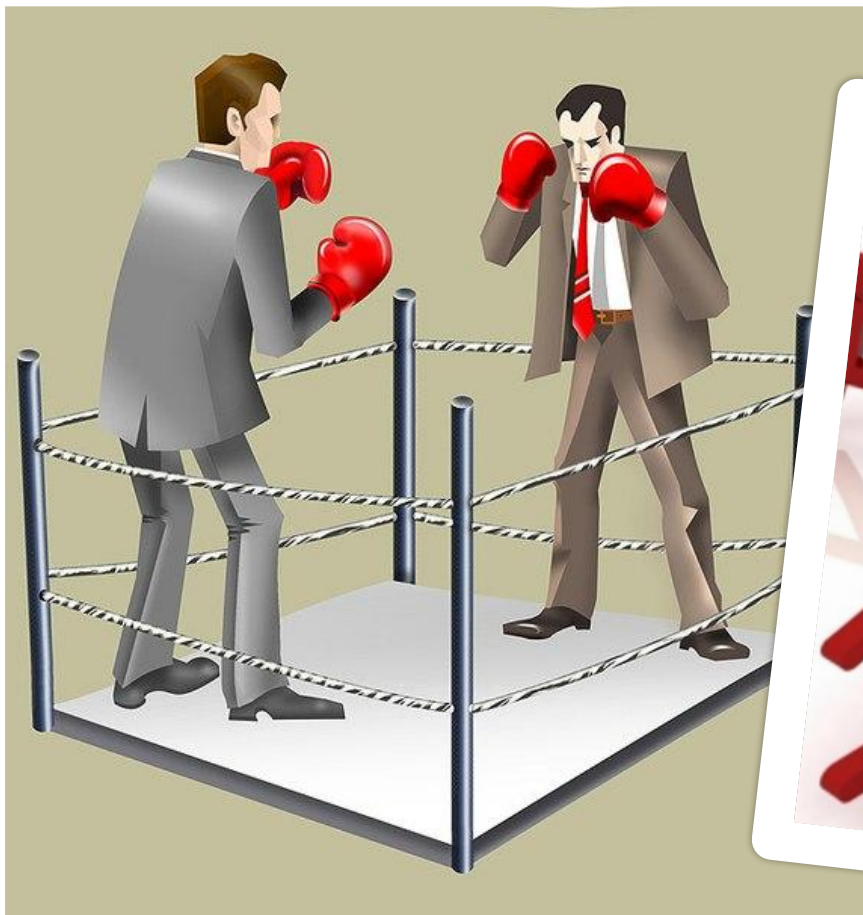


Конкуренция

Конкуренция — соперничество, соревнование между выступающими на рынке товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров для получения на этой основе максимально возможной прибыли.



Конкуренция

по методам

ценовая

неценовая

неценовая

по отрасли

внутриотраслевая

межотраслевая

межотраслевая

по степени

совершенная

несовершенная

несовершенная

Конкуренция по методам

Методы конкурентной борьбы

Ценовая конкуренция

- борьба за получение дополнительной прибыли посредством уменьшения индивидуальных затрат и снижения цен без изменения ассортимента и качества товара;
- использование ценовой дискриминации: продажа одного и того же товара по различным ценам разным потребителям

Неценовая конкуренция

- повышение качества продукции путем совершенствования технических характеристик товаров, повышения соответствия товара запросам потребителя;
- улучшение обслуживания покупателя, продажа товара «с сопровождением» (сервизация сбыта, предоставление гарантии и постгарантийного обслуживания, подарка за покупку, участие в розыгрышах и т.д.);
- использование рекламы

Конкуренция по отрасли

Внутриотраслевая (ВО)

Конкурируют предприятия одной и той же отрасли за лучшие условия сбыта товара

Межотраслевая (МО)

Борьба идет между предприятиями разных отраслей за сферы наиболее прибыльного вложения капитала



Конкуренция по степени



Роль конкуренции в рыночной экономике

- ❖ Сопоставление результата труда с рыночными через ОНЗТ
- ❖ Учёт потребностей рынка со стороны потребителей и со стороны производителей
- ❖ Создаёт механизм саморегулирования экономики посредством цен
- ❖ Способствует рациональному размещению и распределению ресурсов производства
- ❖ Обеспечивает гибкое приспособление к потребностям рынка
- ❖ Контролирует результаты деятельности производителей
- ❖ Двигатель экономического прогресса
- ❖ Обеспечивает экономическую свободу и воспитывает предприимчивость

Плюсы конкуренции для потребителя и экономики:

- нет неоправданного роста цен
- улучшение качества товара
- двигатель научно-технического прогресса
- улучшение конкурентоспособности на мировых рынках
- рост эффективности экономики

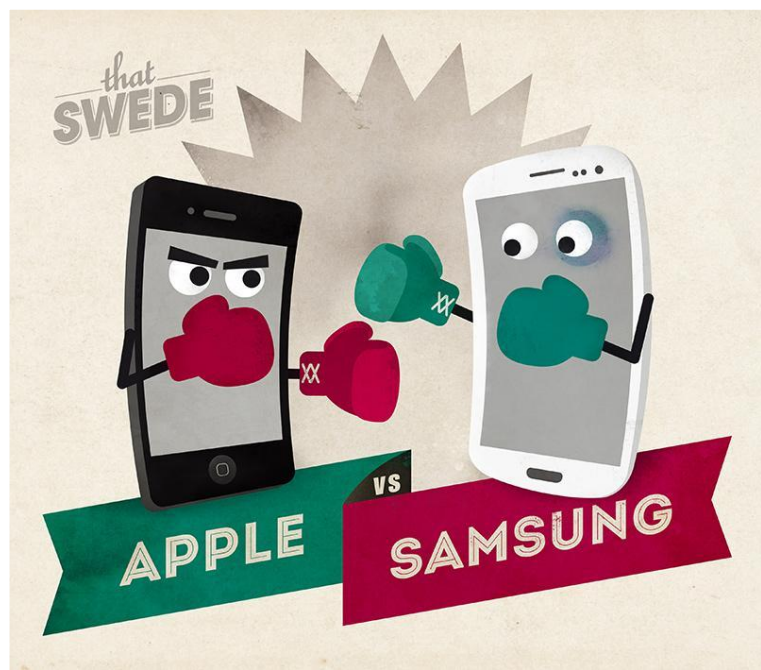


Минусы конкуренции

- У кого-то товар может быть лучше
- Сложнее привлечь клиента
- Риск быть выдавленным с рынка
- Строится на корысти и этим усиливает мотивацию совершения преступления



Samsung является одновременно поставщиком и конкурентом Apple. Но стратегии компаний очень разные. Apple нацелена на рынок высокого класса, в то время как Samsung, в большей степени ориентирована на массовый рынок. Фактически треть деталей iPad и iPhone на самом деле принадлежат южнокорейской фирме, и по словам аналитиков, Samsung имеет неплохую прибыль с компании Apple. Apple зависит от Samsung в плане деталей для производства устройств, а Samsung, в свою очередь, имеет явные выгоды от инноваций Apple. Apple фактически в одиночку создала новый рынок планшетных компьютеров, а Samsung успешно использовали их опыт. Но продукты Apple зачастую зависят от аппаратных средств Samsung.



КОНЕЦ