# Экономика, встреча 2. 12.09.22

# Конкурентоспособность

**Конкуренция** – свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

**Подходы в исследовании конкуренции:**

1. Статическая конкуренция отражает сложившееся состояние рынка и характеризует набор рыночных условий.
2. Динамический подход – это когда конкуренция – процесс развития рынка.

**Конкуренция рассматривается:**

- как способ координации хозяйственной деятельности;

- как механизм взаимодействия агентов рынка;

- как способ достижения экономических целей.

**Конкурентные преимущества:**

- Ресурсные

- Технико-технические

- Организационные

**Ценовая конкуренция** – продажа товаров за цену, ниже конкурентов:

1. Прямая – оповещение участников рынка об изменении цены.
2. Скрытая – ввод новой продукции и поднятие цен непропорционально.

**Неценовая конкуренция** – влияет качество товара, гарантия и т.д.

**Повышение качества:**

1. Совершенствование технических характеристик.
2. Улучшение приспосабливаемости товара.

**Формы неценовой конкуренции (3 формы):**

1. Дифференциация продукта (ассортимент)
2. Улучшение качественных и потребительских параметров товара.
3. Реклама.

(меньше энергопотребления, снижения материалоемкости)

**Показатели конкурентоспособности:**

- экономические

- квалификационные

- организационные

- конструктивные

- нормативные

- эргономические

- эстетические

- социальные

**Характеристики рынка совершенной конкурентоспособности:**

1. Продукция формально стандартизирована.
2. Количество экономических субъектов на рынке неограниченно.
3. Свобода входа и выхода на рынке.
4. Доступность информации для всех субъектов.

**Чистая монополия.**

На рынке нет конкурентов, монополист удерживает полную рыночную власть (цены).

Выделяют сырьевые, локальные и естественные монополии.

**Сферы деятельности естественных монополий:**

- транспорт

- тепловая энергия

- почтовая служба

- и т.д.

**Олигополия** – это тип отрасли на рынке, где есть небольшое число производителей.

Пример: Авиакомпании.

­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­­

Однородная продукция: цемент, медь, сталь и т.п.

­­­­­­­­­­­­­­Емкость рынка – совокупность платежеспособности при текущем уровне цен.

Потенциальная емкость рынка – максимально возможный спрос.

Доля рынка – часть рынка.