

06.10.2023
Група М-1
Урок 53-54

Тема: ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНЦІЇ

Мета: ознайомитися з сутністю конкуренції, її видами та способами конкурентної боротьби.

Конкуренція (в торгових відносинах) — це процес економічної боротьби та взаємодії між виробниками товарів, метою якого є отримання найвигідніших умов виробництва і збуту товарів, робіт або послуг, а також більший прибуток від реалізації.

Користь конкуренції

Конкуренція є механізмом, який в умовах вільних ринкових відносин забезпечує такі важливі функції:

- регулює співвідношення ціна-якість у виробництві;
- сприяє тому, що виробники створюють саме необхідні покупцям товари;
- стимулює виробників винаходити та реалізувати нову продукцію.

Лідером ринку є компанія, яка займає його більшу частину. Завдяки цьому вона може впливати на такі параметри:

- змінювати ціни;
- підвищувати планку якості;
- збільшувати обсяг витрат на рекламу продукту.

Під зміни даних параметрів змушений в першу чергу підлаштовуватися претендент на лідерство — компанія, яка займає друге місце в галузі та бореться за збільшення своєї частини ринку.

Види конкуренції

Є декілька класифікацій конкуренції. В залежності від характеристик товарів, послуг, робіт, які змінюють конкуренти, вона буває такою:

- цінова — забезпечується зниженням вартості продукту;

– нецінова — забезпечується поліпшенням якісних характеристик продукту (якості, надійності, довговічності) або поліпшенням умов його реалізації. При цьому вартість залишається незмінною.

Залежно від ситуації на ринку:

– чиста (також називається досконалою, ідеальною) — коли на ринку присутня велика кількість покупців та продавців схожого, взаємозамінного товару, і ніхто з них не здатний відчутно вплинути на його вартість або обсяги продажів. В такому випадку ринкова структура вважається ідеальною;

– недосконала — коли ситуація на ринку дозволяє виробникам або покупцям контролювати обсяги продажів та ціни на продукцію.

У свою чергу недосконала конкуренція буває такою:

– монополістична — коли на ринку є велика кількість продавців схожих товарів, які змагаються за обсяги продажів. Даний тип конкуренції є найбільш близьким до ідеальної;

– монополія — коли на ринку присутній лише один продавець конкретного товару. Під час проведення електронних тендерів така ситуація є винятком і передбачена в Законі «Про державні закупівлі»;

– олігополістична — коли на ринку присутня обмежена кількість великих продавців, які істотно впливають на вартість вироблених ними товарів;

– монопсонія — коли на ринку є лише один покупець (наприклад, якщо це ринок важкої зброї). В ході онлайн-торгів між учасниками відбувається саме така конкуренція;

– олігопсонія — коли на ринку є обмежена кількість покупців.

Конкуренція – це суперництво між організаціями на ринку. Саме слово перекладається з латинської мови як боротьба за перевагу в будь-якій сфері взаємин. Термін почав використовуватися ще в стародавньому світі і саме тоді і з'явилися основи економічної конкуренції.

Сьогодні під конкуренцією в економіці мають на увазі суперництво підприємств за можливість реалізації своїх товарів за більш вигідними цінами, залучення більшої кількості клієнтів і відповідно збільшення прибутку.

Конкуренція допомагає регулювати виробництво, ринок товарів і послуг, розширювати пропозицію для клієнтів. Через те, що основою Ринковий відносин між підприємствами є боротьба за виживання, то завдяки конкуренції в певній сфері залишаються тільки лідери і професіонали, які готові вдосконалюватися.

У той же час, як раз через те, що кожна компанія прагне отримувати більший прибуток при мінімальних витратах, процвітає недобросовісна конкуренція. Відносини між підприємствами регулюються законами, а їх притримування контролюються Антимонопольним комітетом.

Переваги і недоліки конкуренції на ринку

Сучасна конкуренція буває досконала і недосконала. Перший варіант є правильним і важливим фактором для розвитку підприємств. Конкуренція має як переваги, так і недоліки.

Плюсами конкуренції є:

- Завдяки боротьбі за покупців ринок може запропонувати більшу різноманітність послуг і товарів високої якості.
- В умовах конкуренції у споживача не буде дефіциту певного товару.
- Тільки в досконалій конкуренції можна побачити свободу підприємництва і реальна наявність вибору у покупця.
- Відсутнє невиправдане зростання цін на товари, тому що кожен споживач буде вибирати меншу вартість.
- Зростає ефективність самого ринку послуг і товарів.
- Розвивається науково-технічний прогрес, тому що кожне підприємство намагається бути лідером на ринку, запропонувати новинку.

Але є і суттєві мінуси, які приносять збитки всім учасникам Ринкових взаємин – ринку, підприємцю і споживачеві.

Якщо не контролювати досконалу конкуренцію, то з часом вона перетвориться в недосконалу – одне підприємство може повністю підпорядкувати собі всю сферу виробництва і реалізації певного виду товарів чи послуг. Це закінчиться тим, що організація зупинить свій розвиток, буде висувати завищені ціни і зможе повністю контролювати попит у покупців.

В умовах надмірної конкуренції в одній сфері послуг або товарів може бути занадто багато компаній, тому з'являється надвиробництво – виробники випустили на ринок занадто більшу кількість товару, яка в кілька разів перевищує попит. Щоб реалізувати його підприємствам доведеться зменшувати вартість і зазнавати збитків. В результаті багато фірм не витримують фінансове навантаження і стануть банкрутами.

Види конкуренції – особливості та відмінності

Існує кілька видів конкуренції, які можна розглядати з різних сторін. За типами взаємодії є недобросовісна і досконала конкуренція, про яку вже було сказано.

За масштабом розвитку і територіальним показником розрізняють:

1. **Індивідуальну** – підприємець розвивається незалежно від успіхів інших компаній, він намагається стати краще для себе і для цільової аудиторії, не прагнучи бути лідером в сфері.
2. **Місцева** – кілька компаній на одній невеликій території (місті, районі, регіоні) змагаються одна з однією.
3. **Галузева** – суперництво за домінування в певній галузі. Тут конкурентами є схожі фірми, які виробляють один і той же товар.
4. **Міжгалузева** – вид боротьби, при якому фірми змагаються в різних сферах, які орієнтовані на задоволення однієї потреби людини. Наприклад, бажання отримувати нову інформацію може задовольнятися як за допомогою Інтернету, так і радіо, телебаченням, газетами.
5. **Національна** – боротьба на всьому ринку однієї країни.
6. **Глобальна** – це вищий ступінь лідерства над усім світовим ринком певних товарів або послуг. Якщо компанія вже вийшла на

міжнародний ринок, то це означає, що вона може запропонувати набагато більше послуг високої якості за доступною ціною, ніж внутрішні фірми.

Конкуренти – визначаємо прямих конкурентів, боремося з ними

Від того, наскільки правильно ви визначите своїх конкурентів і розробите стратегію боротьби, залежить затребуваність вашої фірми споживачами. Потрібно розуміти, що не всі фірми, які надають подібні послуги або продають такий самий товар, є вашими конкурентами.

Стратегія боротьби повинна бути орієнтована саме на прямих, а не непрямих конкурентів. Визначити їх можна за такими показниками:

- ***Інша фірма лідирує і випереджає вас за кількістю продажів і клієнтів.*** Найпростіше це визначити, якщо у вас є інтернет-магазин, тоді за допомогою спеціальних програм можна порівняти два сайти і побачити, у кого конверсія краще.

- ***Прямі конкуренти*** – це та компанія, яка пропонує аналогічні послуги або товари на вашій географічній ділянці. Якщо ви продаєте кондиціонери в місті Вінниця, то конкурентами будуть лідируючі фірми з такими ж товарами в тому ж місті.

- ***Визначити конкурентів можна також на тематичних семінарах, конференціях, форумах.*** Лідери на ринку зазвичай беруть участь в подібних заходах, тому що це допомагає налагодити зв'язки.

- ***Спеціальні онлайн-програми можуть аналізувати позиції сайту в Google і Яндекс.*** Звичайно, що ті ресурси, які знаходяться на першій сторінці пошукової системи користуються великим попитом серед клієнтів.

- ***Сайти з відгуками і тематичні онлайн-форуми також відображають думки*** клієнтів, поради з вибору кращої компанії.

Прямі конкуренти – це ті компанії, які “забирають” у вас клієнтів, але разом з цим, їх існування має свої переваги. Завдяки тому, що на ринку є фірма-лідер, ви прагнете розвиватися та вдосконалюватися.

Недобросовісна конкуренція

Існує кілька видів конкуренції в економіці. Кожен з них представлений на сучасному ринку і має як свої недоліки, так і переваги. В основному, розрізняють досконалу конкуренцію і недобросовісну. У першому випадку, мається на увазі така система взаємодії двох компаній, яка передбачає правильні способи боротьби, розвитку, а продавці не можуть впливати на вартість товарів, замість цього просто покращують пропозицію для клієнтів. **Чиста або здорова конкуренція – це ідеалізований стан ринку.**

Другий же випадок, на жаль, зустрічається набагато частіше. **Недобросовісна конкуренція – це такий спосіб Ринковий відносин, при яких одна або кілька компаній порушують загальні норми поведінки, прийняті закони країни, норми моралі і справедливості.** В результаті цього процесу на ринку незаслужено лідирує компанія, яка не може запропонувати покупцеві найкращі послуги, а їх конкуренти мають збитки.

Ці відносини регулюються законами “Про захист від недобросовісної конкуренції”. Там описані основні чинники цього процесу, а також покарання – штрафи різного розміру.

Як боротися з конкурентами в торгівлі?

Це питання ставлять перед собою практично всі власники компаній, які прагнуть розвиватися. Але як би не було складно лідирувати в одній області, відповідь на це питання досить просте. Потрібно постійно розвиватися, стежити за тенденціями техніки і технологій виробництва, новинками реклами, особливостями ринку збуту, вивчати психологію споживачів, орієнтуватися на цільову аудиторію, пропонувати кращу ціну... Щоб ефективно конкурувати з конкурентами потрібно просто бути краще за них.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

файл - КД 48(1)