**Факторы, влияющие на уровень конкуренции**

1. Спрос на рынке: уровень конкуренции на рынке часто определяется спросом на конкретный товар или услугу. По мере роста спроса конкуренция может усиливаться, поскольку на рынок выходит все больше компаний, стремящихся удовлетворить потребности клиентов.

2. Барьеры входа на рынок: барьеры входа на рынок могут оказывать существенное влияние на уровень конкуренции. Там, где вход на рынок относительно прост, например, при низких требованиях к капиталу или минимальном государственном регулировании, конкуренция может быть интенсивной. И наоборот, там, где барьеры для входа на рынок высоки, например, значительные капитальные вложения или сложные нормативные требования, конкуренция может быть низкой.

3. Концентрация отрасли: концентрация конкурентов в отрасли также может влиять на уровень конкуренции. Конкуренция может быть жесткой в высококонцентрированных отраслях, где небольшое число доминирующих игроков владеет значительной долей рынка. И наоборот, в отраслях с большим числом мелких игроков конкуренция может быть более фрагментированной.

4. Дифференциация продукции: степень дифференциации продукции на рынке может влиять на конкуренцию. При наличии ряда схожих продуктов или услуг конкуренция может быть интенсивной, поскольку компании борются за долю рынка. Однако если продукт или услуга сильно дифференцированы и обладают уникальными свойствами и преимуществами, конкуренция может быть ниже.

5. Насыщенность рынка: на уровень конкуренции может также влиять насыщенность рынка. На насыщенных рынках, где спрос в основном удовлетворен, конкуренция может усиливаться, поскольку компании борются за долю существующей клиентской базы. Напротив, на развивающихся рынках, где потенциал еще не раскрыт, конкуренция может быть менее интенсивной.

6. Инновации и технический прогресс: на уровень конкуренции могут влиять темпы инноваций и технического прогресса в отрасли. В отраслях, где инновации развиваются быстро, конкуренция может быть более интенсивной, поскольку компании стараются опередить своих конкурентов. И наоборот, в отраслях, где инновации развиваются медленно, конкуренция может быть низкой.

7. Размер и темпы роста рынка: размер и темпы роста рынка также могут влиять на конкуренцию. На крупных рынках с высоким потенциалом роста конкуренция может быть более острой, поскольку компании стремятся завоевать свою долю рынка и извлечь выгоду из расширяющейся клиентской базы. На небольших рынках с медленными темпами роста конкуренция может быть менее интенсивной.

8. Экономические условия: наконец, экономические условия, такие как экономический спад или рецессия, также могут влиять на уровень конкуренции. В трудные экономические времена конкуренция может быть более интенсивной, поскольку компании борются за завоевание небольшого числа клиентов. Напротив, в периоды экономического подъема конкуренция может быть ниже, поскольку компании выигрывают от роста потребительских расходов.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Типы рынков в зависимости от характера конкуренции на них | | | | |
| Параметры | Совершенная конкуренция | Монополистическая конкуренция | Олигополия | Монополия |
| Количество фирм, производящих продукт | Много независимых фирм; нет контроля над рынками | Много фирм, производящих сходные товары и услуги | Несколько крупных фирм, производящих товары и услуги | Один продукт и одна фирма |
| Контроль над ценами | Нет. Цены определяются рынком | Влияние ограничено возможностью замены | Существует влияние «ценового лидера» | Практически полный контроль |
| Товарная дифференциация | Нет. Продукты неразличимы по свойствам и качеству | Товары и услуги дифференцированы для сегментов рынка | Существенна для отдельных продуктов (например, автомобиль). Мала для стандартизированных (например, бензин) | Нет |
| Легкость входа | Относительно легкий вход и выход | Относительно легкий вход и выход | Трудный. Часто требует больших инвестиций | Очень трудный |