

**В. В. Гелухов**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук М. Н. Базылева  
БГЭУ (Минск)*

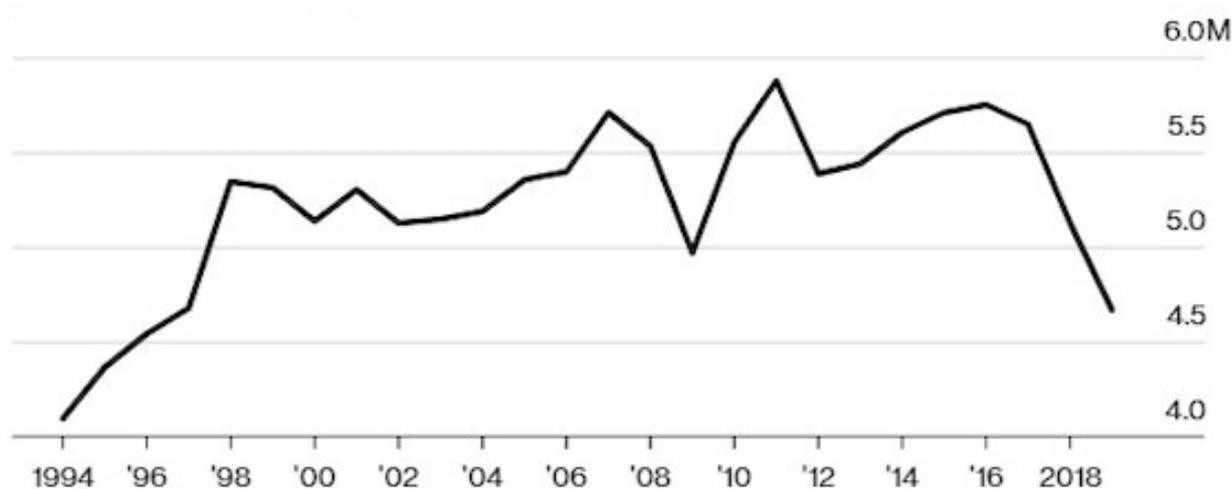
## **ОЛИГОПОЛИЯ В НЕМЕЦКОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Что такое конкуренция? Конкуренция — это соперничество между различными организациями на определенном рынке. В наше время данное понятие стало неотъемлемой частью в экономике. Каждая компания, стремясь максимизировать свою прибыль, пытается вытеснить с рынка другие организации и стать лучшей.

Если брать во внимание предприятия немецкой автомобильной промышленности, то можно сказать, что термин конкуренция там используется очень часто. На рынке автомобилей Германии существуют только три крупнейшие и ведущие фирмы, представленные в виде Audi, Mercedes и BMW, имеется большое количество препятствий для вступления в данную отрасль, а также производится однородный продукт. Все это дает понять, что конкуренция на этом рынке происходит в форме олигополии [1].

Как уже было упомянуто, основная часть немецкого рынка приходится лишь на 3 ведущие компании. Как же происходит собственно сама конкуренция между этими гигантами? Каждый производитель стремится превзойти сам себя, и как только один из его конкурентов выпускает новую модель или совершенствует старую, другие два стараются не отставать и выпустить модель на порядок лучше конкурента, чтобы отобрать долю рынка в конкретной нише. Конкуренция происходит за счет рекламы и маркетинговых действий. Каждый из производителей считает свои работы эталоном технической и дизайнерской мысли, поэтому возникает необходимость выделиться за счет бренда и легенды. Реклама играет важную роль в конкуренции немецких производителей. Это борьба за внимание потребителя, доведение до него важной информации о продуктах компании, провокация на реакцию конкурента и потребителей. За счет рекламы и внедрения новых технологий компании имеют огромнейшие прибыли. Так, на 2019 г. их общий годовой доход составил практически 250 млрд евро.

Однако как бы все не выглядело благополучно на первый взгляд, стоит отметить, что сегодня немецкая промышленность переживает огромный кризис. Производство автомобилей значительно падает с 2016 г. [2].



Динамика производства автомобилей в немецкой отрасли

Источник: [2].

Это связано с тем, что сегодня за рубежом набирает популярность производство электрических автомобилей, не загрязняющих окружающую среду, а на производство обычных автомобилей в Европе давно действуют жесткие нормы вредных выбросов. Соответственно, спрос на электромобили растет, а ни одна из немецких компаний не производит их. Компаниям в значительной степени требуется государственная и сторонняя помощь, дабы перейти на производство совершенно нового продукта. Поэтому к основным перспективам развития немецких компаний должны относиться развитие технологий, экономящих топливо и не загрязняющих экологию, а также наращивание нового производства за счет привлечения сторонней помощи.

Все это будет происходить в острой конкурентной борьбе, а значит в будущем от компаний Audi, BMW и Mercedes потребителям стоит ждать еще большего количества высокотехнологичных новинок.

#### Источники

1. Бондарь, А. В. Микроэкономика : учеб. пособие / А. В. Бондарь, В. А. Воробьев. — Минск : БГЭУ, 2015. — 429 с.

2. Мировая статистика автомобильного рынка [Электронный ресурс] // Автомобильный журнал VERCITY. — Режим доступа: <https://auto.vercity.ru/statistics/>. — Дата доступа: 03.04.2020.