

## КОНКУРЕНЦИЯ

Формирование рыночных цен происходит в процессе взаимодействия производителей (продавцов) и потребителей (покупателей), преследующих диаметрально противоположные цели. Этот процесс в большинстве случаев связан с *конкуренцией*— *соперничеством между участниками рынка*.

Конкуренция может представлять собой борьбу и за экономические ресурсы, и за утверждение устойчивой ниши на рынке. Достоинство конкуренции состоит в том, что она ставит распределение ограниченных ресурсов в зависимость от экономических аргументов конкурентов. Победить в конкурентной борьбе обычно можно предлагая блага более высокого качества по меньшей цене. Поэтому *роль конкуренции* заключается в том, что она способствует установлению на рынке определенного порядка, гарантирующего производство достаточного количества качественных и продающихся по равновесной цене благ

Различают такие виды конкуренции, как совершенная и несовершенная. При *совершенной конкуренции* существует множество мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию. Самому потребителю безразлично, у какой фирмы он приобретает эту продукцию. Доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения данной продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или понижении цены не отражается на цене на аналогичные товары других производителей. Появление новых фирм в отрасли не встречает каких-либо препятствий или ограничений. Выход из отрасли также абсолютно свободен. Нет ограничений на доступ той или иной фирмы к информации о состоянии рынка, ценах на товары и ресурсы, затратах, качестве товаров, технике производства и т.д.

*Несовершенная конкуренция* связана с заметным ограничением свободного предпринимательства. Такая конкуренция имеет место при незначительном количестве фирм в каждой сфере предпринимательской деятельности. Какая-либо группа предпринимателей (или даже один предприниматель) может произвольно влиять на конъюнктуру рынка. Проникновение новых предпринимателей на рынок затруднительно. Отсутствуют заменители продукции, выпускаемой привилегированными производителями.

Промежуточным видом конкуренции выступает *монополистическая конкуренция*. Она представляет собой тип рынка, в условиях которого большое количество мелких фирм предлагают разнородную продукцию. Вход на рынок и выход с него обычно не связаны с какими-либо трудностями. Существуют различия в качестве, внешнем виде и других характеристиках товаров, производимых разными фирмами, которые делают эти товары в чем-то уникальными, хотя и взаимозаменяемыми.

*Противоположность конкуренции составляет монополия*. В условиях монополии существует только один продавец данной продукции, не имеющей близких заменителей. Ставятся жесткие барьеры для вступления в отрасль других фирм.

Если в единственном числе выступает покупатель, то такая конкуренция называется *монопсонией*. В некоторых отраслях встречается двусторонняя монополия, когда на рынке определенной продукции выступает один продавец и один покупатель. Например, в сфере военного производства заказчиком выступает государство, а поставщиком — какая-нибудь одна-единственная фирма.

Чистая монополия и чистая монопсония — сравнительно редкие явления. Гораздо чаще в рыночной экономике складывается *олигополия*, которая предполагает существование на рынке нескольких крупных фирм, выпускающих как однородную, так и разнородную продукцию. Вступление новых фирм в отрасль затруднительно. Особенность олигополии заключается во взаимной зависимости фирм при принятии решений о ценах на свою продукцию.