**Тема 1.5 Собственность и конкуренция.**

**Вопрос 1. Понятие, условия возникновения и виды конкуренции. Совершенная конкуренция и ее сущность.**

**Конкуренция** (от лат. concurro— «бежать вместе») — ***противоборство, соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью получения максимальной прибыли.***

Основные условия возникновения конкуренции:

* 1. полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя;
	2. полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;
	3. противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос.

Конкуренция — важнейший элемент рынка, играющий решающую роль в повышении качества продукции, работ и услуг, снижении производственных затрат, в освоении технических новинок и открытий.

В различных отраслях экономики складывается разное состояние конкуренции. Между полюсами чистой конкуренции и чистой монополии находятся монополистическая конкуренция и олигополия (рис. 7.1).

 Совершенная Несовершенная

 конкуренция конкуренция

Рис 1.1 Виды конкуренции

К совершенной (чистой) конкуренции относятся ***внутриотраслевая*** *и* ***межотраслевая*** конкуренция. ***Внутриотраслевая*** конкуренция (между производителями однородной продукции) ведет к техническому прогрессу, снижению издержек производства и цен на товары. **Межотраслевая** конкуренция (между производителями разных товаров) позволяет найти сферу более прибыльного вложения капитала.

По количеству производителей и покупателей на рынке, типу продукции, возможности контролировать цену, использовать методы неценовой конкуренции, легкости вхождения в отрасль новых фирм можно выделить рынки чистой конкуренции, монополистический конкуренции, олигополии, чистой монополии. Последние три характеризуются как рынки несовершенной конкуренции (табл. 2).

*Таблица 2* **Характерные черты типов конкуренции**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Характерная черта | Совершенная конкуренция | Несовершенная конкуренция |
| Монополистическая | Олигополия | Чистая монополия |
| Число фирм | Очень много | Много мелких фирм | Несколько (3-5 фирм) | Одна |
| Тип продукта | Стандартизированный | Дифференцированный | Стандартизированный или дифференцированный | Уникальный, нет заменителей |
| Контроль над ценой | Отсутствует | Некоторый, но в узких рамках | Ограниченный взаимной зависимостью, значителен при сговоре | Значительный, фирма сама устанавливает рыночную цену |
| Условия вхождения в отрасль | Очень легкие, нет препятствий | Сравнительно легкие | Существенные препятствия | Нет вхождения |
| Пример отраслей | Сельское хозяйство | Розничная торговля, производство одежды, обуви, аптеки, рестораны | Производство стали, автомобилей, сельхозмашин, инвентаря и др. | Местные предприятия коммунального хозяйства |

**Совершенная (чистая) конкуренция —** *это рыночная ситуация, когда многочисленные, независимо действующие производители продают идентичную (стандартизированную) продукцию, причем ни один из них не в состоянии контролировать рыночную цену.*

**Основные характеристики совершенной (чистой) конкуренции:**

* + 1. на рынке большое количество покупателей и продавцов, каждый занимает относительно малую долю рынка данных товаров;
		2. тождественная, стандартизированная продукция, товары однородны с точки зрения потребностей покупателей и, соответственно, продавцов;
		3. свободный доступ к рынкам новых продавцов и возможность такого же свободного выхода из них, вход и выход из отраслей абсолютно свободен;
		4. наличие полной и доступной информации для участников обмена о ценах и их изменениях, о продавцах и покупателях; экономические субъекты должны располагать одинаковым объемом информации о рынке. *Позитивные явления конкуренции:*
	1. снижение издержек;
	2. быстрое внедрение НТП;
	3. гибкое приспособление к спросу;
	4. высокое качество продукции;
	5. препятствие к завышению цен.

*Негативные явления конкуренции:*

* 1. разорение многих субъектов рыночной экономики;
	2. анархия и кризис производства;
	3. чрезмерная эксплуатация ресурсов;
	4. экологические нарушения.

В целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции продавцами используются различные методы конкурентной борьбы:

*ценовая конкуренция.* Производитель в целях создания на рынке для своей продукции более благоприятных условий и подрыва позиций конкурента снижает цену посредством уменьшения издержек производства;

*неценовая конкуренция.* Повышение технического уровня, качества продукции, создание товаров-заменителей, сервисное обслуживание, реклама и т.д.