**Конкуренция предпринимателей**

Один из основополагающих принципов рыночной экономики — свободная конкуренция товаропроизводителей.

Конкуренция — это борьба между производителями или поставщиками, предприятиями, фирмами за наиболее выгодные условия производства и сбыта в целях достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности.

В рыночной системе основное содержание конкуренции — борьба за потребителя, полное удовлетворение его потребностей. Это борьба за долю на рынке, успех, который зависит от дешевизны и качества товаров. Конкуренция превращает потребителя в мерило предпринимательской деятельности.

Основные формы конкуренции — внутриотраслевая и межотраслевая.

Внутриотраслевая конкуренция — это конкуренция между товаропроизводителями одной и той же отрасли, когда предприятия с более высокой, чем средняя, производительностью труда получают дополнительную прибыль, а технически и организационно отсталые предприятия, наоборот, теряют часть индивидуальной стоимости производимых ими товаров и разоряются. Внутриотраслевая конкуренция стимулирует на предприятиях развитие научно-технического прогресса.

Межотраслевая конкуренция — это конкуренция между предприятиями различных отраслей, выражающаяся в переливе капиталов из отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в отрасли с высокой долей прибыли. Устремляясь в более прибыльные сферы, новые капиталы способствуют расширению наиболее нужных в общественном отношении производств, увеличению предложения наиболее необходимых товаров. Цены падают — снижается и прибыль.

К обратному результату приводила утечка капитала из низкоприбыльных отраслей: объем производства сокращался, спрос на товары начинал превышать их предложение, в результате цена поднималась, а с ней росла и норма прибыли. Цены здесь служили сигналами перераспределения ресурсов в ответ на изменение вкусов и платежеспособности потребителя, технологии и других факторов. В итоге межотраслевая конкуренция объективно создавала некое динамичное равновесие, обеспечивающее получение равной прибыли на равный капитал независимо от того, куда он вложен. Она также стимулирует научно-технический прогресс.

Классификация видов конкуренции зависит от количества и "удельного веса" на рынке производителей. Соответственно различают совершенную (свободную) и несовершенную конкуренцию.

Основные признаки свободной конкуренции.

Неограниченное число участников конкуренции, абсолютно свободный доступ на рынок и выход из него) означают, например, что каждый человек имеет право заняться предпринимательством или прекратить подобную деятельность. Сделать это он может по-разному; открыть свое дело, приняв непосредственное участие в труде, нанять работников, превратившись, по терминологии Маркса, в капиталиста, купить акции, приобрести государственные облигации, положить деньги в банк, инвестировать их в недвижимость и т.д. Отметим, что свободному рынку соответствуют любые виды деятельности, кроме государственной, и человек волен выбирать любую. Система свободной конкуренции исключает все формы дискриминации потребителей. Всякий обладатель денежного дохода, собирающийся воплотить свою потребность в спрос, имеет право купить товары и услуги, нужные ему.

Абсолютная мобильность материальных, трудовых, финансовых и прочих ресурсов) — участник конкуренции вкладывает свои деньги (допустим в акции) не просто так, а ради увеличения дохода. Рассчитывать на это он может только в том случае, если там, куда переместился его капитал, произошло расширение производства и продаж. Такое случается, если привлекаются дополнительные ресурсы, применяются их более эффективные комбинации, используются ранее законсервированные мощности, осваиваются передовые технологии.

Лишь (полная информированность каждого участника конкуренции (о предложении и спросе, ценах, норме прибыли и т.п.),) позволяет сделать правильный, наилучший для себя выбор между, скажем, покупкой дома и приобретением акций. Да и в последнем случае участнику надо знать, какие именно акции принесут ему максимальный доход.

Абсолютная однородность одноименных продуктов, что выражается, в частности, в отсутствии торговых марок и других индивидуальных характеристик качества товара. Наличие той же торговой марки ставит продавца в привилегированное монопольное положение, а это уже не свободный рынок.

Ни один участник свободной конкуренции не в состоянии оказать влияние на решения, принимаемые другими участниками. Поскольку их число очень велико, вклад каждого производителя-продавца в общий объем производства и предложения незначителен, а поэтому цена, за которую он собирается продавать свой товар, почти не отражается на рыночной цене. Таким образом, реальные уровни цен мало зависят от желаний отдельных субъектов экономики и устанавливаются некой "невидимой рукой" (механизм рынка).

В условиях свободной конкуренции колебания спроса и предложения периодически приводили к перепроизводству в одной отрасли и недопроизводству — в другой. Рост доходов одних фирм сопровождался разорением других: мелкие предприятия поглощались более мощными, происходила концентрация и централизация производства и капитала, ведущая к образованию монополий и захвату ими рыночной власти.

Рынок    несовершенной конкуренции предполагает чистую монополию, монополистическую конкуренцию, олигополию. Чистая (абсолютная) монополия. Существует, если одна фирма является единственным производителем продукта, не имеющего к тому же близких заменителей.

Этой модели присущи четыре характерные черты:

• продавец выступает как единственный; отрасль — синоним фирмы, поскольку фирма всего одна;

• реализуемый продукт уникален, т. е. не существует его хороших или близких заменителей (ситуация характерна для некоторых сырьевых отраслей или для случаев, когда фирма поставляет принципиально новый продукт);

• монополист обладает рыночной властью, контролирует цены, поставки на рынок;

• на пути входа в рынок монополиста устанавливаются непреодолимые для конкурента барьеры как естественного, так и искусственного происхождения.