

**РАЗДЕЛ 1**  
**IJTIMOY-IQTISODIYNING XOZIRGI MUAMMOLARI**  
**JAMIYATNING RIVOJLANISHI**  
**ӘЛЕУМЕТТИК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАЗІРГІ МӘСЕЛЕЛЕР**  
**ҚОҒАМНЫҢ ДАМУЫ**  
**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО**  
**РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА**

*Д.Ш. Бабабекова*  
Ташкентский финансовый институт  
Ташкент, Узбекистан  
bababekova-1973@mail.ru

**ОСНОВНЫЕ ВИДЫ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ИХ ОСОБЕННОСТИ**

***Аннотация.** В статье исследуется роль конкурентной среды в контексте рыночных отношений и особенности ее формирования. Оценено влияние характеристик конкурентной среды на уровень социально-экономического развития. Сформированы практические предложения и рекомендации по целевому использованию конкурентной среды и ограничению монополий в рыночной экономике.*

***Ключевые слова:** конкуренция, несовершенная конкуренция, рыночная стоимость, рыночная конкуренция, монополистическая конкуренция.*

**MAIN TYPES OF MARKET COMPETITION AND THEIR FEATURES**

*D.Sh. Bababekova*  
Tashkent Financial Institute  
bababekova-1973@mail.ru

***Abstract.** The article examines the role of the competitive environment in the context of market relations and the characteristics of its formation. The impact of the characteristics of the competitive environment on the level of socio-economic development was assessed. Practical proposals and recommendations on the targeted use of the competitive environment and the restriction of monopolies in a market economy have been formed.*

***Keywords:** competition, nesovershennaya competition, rynochnoy stoimost, rynochnoy konkurentsii, monopolisticheskaya competition.*

Конкурентный характер – важнейший показатель рынка. Каждый субъект рыночной системы выступает, как конкурирующая сторона по отношению ко всем остальным субъектам. В широком смысле слова «конкуренция» – это возможность выиграть в соревновании, а в узком понимании – обладание свойствами, создающими преимущества для участников экономического соревнования.

Рыночная конкуренция определена, во-первых, суверенным правом всех субъектов рыночных отношений на реализацию своего экономического потенциала, это неизбежно приводит к столкновению между ними, к достижению поставленных целей за счет ущемления интересов других; во-вторых, бесконечными потребностями людей и ограниченностью ресурсов, которыми располагает общество.

Вследствие конкурентной среды на рынке, предприниматели стремятся обеспечить клиентам более высокий уровень услуг или предложить покупателям наиболее совершенную и качественную продукцию, нежели другие конкуренты. От такой конкурентной борьбы пользу получают не только потребители, но и производители товаров и услуг. Но у конкуренции существуют и отрицательные стороны. Конкуренция увеличивает стихийность и нестабильное положение в экономике. В данных рыночных условиях слабые компании исчезают, а сильные могут усиливать свои позиции в отрасли. Выделяют несколько основных функций рыночной конкуренции: выявление или установка рыночной стоимости продукции; распределение прибыли, исходя из затрат труда, выравниванием индивидуальных стоимостей; регулирование перелива денежных средств между различными отраслями. На данный момент в рыночные экономики различают два вида конкуренции – чистая (совершенная) конкуренция и несовершенная конкуренция.

Рынок чистой (совершенной) конкуренции наиболее конкретно описывает взаимодействие спроса и предложения. Его характерными особенностями являются: большое количество производителей одинаковых и стандартизированных товаров в борьбе за прибыль и внимание покупателей сталкиваются между собой; отсутствуют препятствия для вступления в отрасль и неценовая конкуренция; развитие конкуренции ничем не ограничено, исходя из этого, на рынке чистой конкуренции равновесие достигается путем массовых сделок продавцов и покупателей, которые не имеют шансов навязать друг другу свою волю и вынуждены искать компромисс в виде рыночной цены.

Таблица 1 - Виды рыночной конкуренции и их основные характеристики

Характеристики рыночной структуры		Типы рыночных структур		
Совершенная конкуренция		Несовершенная конкуренция		
Чистая монополия	Олигополия		Монополистическая конкуренция	
Количество продавцов	Много	Один или два	Мало	Много
Размер фирм	Маленький	Различные, чаще большие	Большой	Маленький и средний
Количество покупателей	Много	Различное	Много	Много
Товар	Однородный	Уникальный	Однородный, дифференцированный	Дифференцированный
Контроль над ценами	Нет	Полный	Значительный	Ограничен
Барьеры для входа в отрасль	Отсутствуют	Практически непреодолимы	Высокие	Низкие
Доступ к рыночной информации	Свободный	Блокирован	Ограничен	Свободный
Ценовая конкуренция	Нет	Нет	Ограниченная	Ограниченная
Неценовая конкуренция	Да	Нет	Да	Да
Примеры рынков	С/х рынки, фондовые биржи, международный валютный рынок.	Железнодорожный транспорт, метрополитен, компании ЖКХ.	Рынки бытовой химии, рынки сотовой связи, автомобильный рынок.	Рынок одежды, обуви, фармацевтические рынки, рынок пищевой промышленности

Положительные стороны данной конкуренции проявляются в гибкой адаптации к спросу, снижении издержек, быстром внедрении НТП, высоком качестве продукции и в препятствии завышению цен.

Отрицательные явления конкуренции связаны с разорением многих субъектов рыночной экономики, анархией и кризисом производства, неблагоприятным влиянием на экологию и чрезмерной эксплуатацией ресурсов.

Также выделяют несколько недостатков рынка совершенной конкуренции, а именно – в долгосрочном периоде отсутствует экономическая прибыль, как главный источник НТП; рынок чистой конкуренции способствует унификации и стандартизации продукта, что не отвечает требованиям современного покупателя; не может распространяться на производство общественных благ; вытесняется монополиями и олигополистическими структурами [1].

Несовершенная конкуренция в свою очередь подразделяется на следующие модели: чистая монополия, олигополия, монополистическая конкуренция. Исключительный метод борьбы покупателя с всевластием монополиста-изготовителя – не покупать его продукцию (услуги). К сожалению, этот метод действует не всегда. В ситуации, когда покупатель не способен обойтись без товара или заменить его, в силу отсутствия аналогичного, он будет вынужден приобретать даже ценой отказа от других благ.

Монополия делится на три вида: Естественная – монополия, товары которой невозможно заменить другими, несмотря на то, что существуют подобные товары и услуги, они не могут полностью заменить оригинал и его свойства. Например, перевозка железнодорожным транспортом является монополией, хотя люди имеют возможность заменить этот вид транспортировки автоперевозкой. Государственная монополия – созданная государством. В связи с некими ограничениями на границы торговли, стоимость, сферу полномочий монополиста и так далее, установленными государством, образуются различные монополистические компании [2].

Открытая монополия – образовалась, в связи с тем, что конкуренты еще не освоили новые технологии производства. Существует такая монополия временно. Поскольку фирма-монополист получает высокие прибыли, то другие фирмы желают вступить в эту отрасль, чтобы открыть там свое производство. Следовательно, для поддержания монопольной власти необходимо установить барьеры для входа в отрасль новых фирм. Основными видами барьеров, предотвращающих появление дополнительных продавцов на рынке монопольной фирмы, следует назвать патенты и авторские права.

Среди других барьеров, способствующих появлению монополии и помогающих ее поддерживать, можно выделить следующие: исключительные права, полученные от правительства или местных властей; право собственности на все важнейшие источники какого-либо производственного ресурса, например, преимущество низких средних издержек крупного производства в отдельных отраслях, которое приводит к образованию естественных монополий. Конкуренция представляет собой особо важный элемент рынка, который играет роль в повышении качества производимой продукции, оказанных работ и услуг, снижении производственных затрат, в освоении технических новинок и открытий.

#### **Список использованной литературы**

1. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика отраслей и анализ конкурентов. М.: Албина Бизнес Букс, 2005. С. 27-29.
2. Носова С.С. Экономическая теория. Учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2010. 510 с.