Конкуренция и монополия- это противоположные понятия. Конкуренция является важнейшим условием существования рынка, однако рано или поздно она порождает монополию.

*Конкуренция (от лат. «конкурро»* — сталкиваться) — состяза- тельность на рынке большого количества независимых друг от друга субъектов рынка за более выгодные условия.

Ни один из участников не занимает главенствующего положе- ния на данном рынке, каждый имеет право свободного входа и выхода, между ними происходит постоянная борьба за наиболее привлекательные условия существования.

Главные вопросы рыночной экономики: *Что производить*? *Как производить*? *Для кого производить*? Конкурентная рыноч- ная экономика дает следующие ответы на эти вопросы: произво- дить нужно ту продукцию, которая будет востребована рынком и покупателями и обеспечит максимальный экономический эффект.

Конкурентная борьба развивается между производителями, которые стремятся продать продукцию по более выгодной цене, что бы получить максимальную прибыль. Однако, хотелось бы отметить в выигрышном положении окажется тот продавец, который предложит более низкую цену. На первый взгляд, он лишает себя возможности получения части прибыли. Однако в действительности за счет увеличения обьема готовой продукции его капитал за определенный период времени увеличится, а значит и происходит и рост прибыли.

Помимо производителей в конкурентную борьбу вступают и покупатели, стремящиеся приобрести продукцию подешевле. При сильной конкурентной борьбе между продавцами предложение товаров на рынке преобладает над спросом, т.е. появляется появление избытка товаров. Однако самая сильная борьба на рынке возникает между «АРМИЕЙ ПРОДАВЦОВ» и «АРМИЕЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ». Тот кто действует более настойчивее, навязывает свои условия обратной стороне, и приводит к росту или снижению цен на рынке.

Стремление максимизировать прибыль в условиях конкуренции заставляет предпринимателей улучшать качество продукции или/и снижать издержки производства. В конкурентной борьбе каждый продавец, предлагая лучшие или более дешевые товары, думает прежде всего о собственной выгоде, но тем самым приносит пользу своим покупателям и экономическому благосостоянию общества в целом.

Так же к онкуренция выполняет распределительную функцию Конкуренция распределяет доход в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства. Эффективное использование ресурсов обеспечивает получение прибыли. Если предприниматель использует ресурсы неэффективно, то он несет убытки и вытесняется с рынка.

По масштабам выделяют внутриотраслевую и межотраслевую конкуренцию

В первом случае в борьбу вступают представители одной отрасли за более выгодные условия производства и сбыта продукции, а во втором – предприятия и их объединения из различных отраслей народного хозяйства за более выгодное размещение капитала

Конкуренция может быть совершенной и несовершенной **Совершенная**, или чистая, свободная, **конкуренция** — экономическая модель, идеализированное состояние рынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения.

**Несовершенная** **конкуренция** — согласно экономической теории, **это** такая ситуация, в которой структура рынка не соответствует условиям для существования совершенной **конкуренции**.

Так же большое распространение получили ценовые и неценовые приемы конкурентной борьбы.

К первой форме относятся все формы модификации цен в целях привлечения большего числа покупателей . Иногда такая форма приводит к конкурентным войнам. Крупные устойчивые фирмы активно используют возможность понижения цен для вытеснения конкурентов. Хотелось бы отметить что более приемлемой формой привлечения покупателей для небольших предприятий выступает неценовая конкуренция, когда посредствам качественного сервисного обслуживания, предоставления гарантий, маркетинговых приемов появляется возможность занятия устойчивой рыночной ниши.

Однако в результате жесткой конкуренции проигравшая сторона может занять доминирующее положение на рынке , что приводит к образованию монополий и является негативной стороной конкурентной борьбы.

Второй читает:

**Монопо́лия** (от [греч.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) μονο — один и πωλέω — продаю) — это такая рыночная структура, при которой крупное предприятие контролирует производство и сбыт одного или нескольких видов продукции, на рынке отсутствует конкуренция, и функционирует одна фирма. Она производит уникальный, не имеющий аналогов продукт и защищена от вхождения на рынок новых фирм.

Появление монополий явилось результатом укрупнения производства за счет привлекаемого из крупного капитала и слияния мелких и средних предприятий.

Монополия – это сила, подрывающая конкуренцию. Однако конкурентная борьба ведет к образованию монополий, а существование монополий провоцирует развитие конкуренций.

Выделяют 4 вида монополий: чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия и монопсония

**Чи́стая монопо́лия** — положение на [рынке](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA) товаров и услуг, характеризующееся наличием только одного продавца данного вида товара или услуги.  
Характерными чертами данной ситуации являются: уникальность продукта, владение основными видами сырья, низкие средние затраты, [патентные](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82) права, особые привилегии ([лицензии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%B7%D0%B8%D1%8F))[[2]](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%8F_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%8F). Чистые монополии возникают обычно там, где отсутствуют альтернативы данному товару или услуге, отсутствуют близкие заменители

**Монополистическая**[**конкуренция**](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F_(%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0)) — тип рыночной структуры [несовершенной конкуренции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F), где обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного продукта конкурируют за объём продаж. Это распространённый тип рынка, наиболее близкий к [совершенной конкуренции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F).

Монополистическая конкуренция является не только наиболее распространённой, но и наиболее трудно изучаемой формой отраслевых структур. Для подобной отрасли не может быть построено точной абстрактной модели, как это можно сделать в случаях [чистой монополии](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%8F) и [чистой конкуренции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F). Многое здесь зависит от конкретных деталей, характеризующих продукцию и стратегию развития производителя, предсказать которые практически невозможно, а также от природы стратегического выбора, имеющейся у фирм данной категории.

Таким образом, большинство предприятий мира можно назвать монополистически конкурентными.

**Олигопо́лия** — тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм.

Ярким примером ОЛИГОПОЛИИ могут служить такие операторы мобильной связи как МТС БИЛАЙН И МЕГАФОН.

**Монопсония** ([греч.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B5%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) μόνος — один, ὀψωνία — покупка) — ситуация на [рынке](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA), когда имеется только один [покупатель](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C) и множество [продавцов](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D1%86)

Между монополиями также идет конкурентная борьба за вытеснение из сферы пользования потребителем того или иного товара или услуги что тоже приводит к понижению цен. Это обусловлено тем что возможности покупателя ограничиваются его бюджетом, и увеличение потребления определенного товара или услуги возможно только за счет сокращения потребления других товаров или услуг. Таким образом, монополии конкурируют друг с другом за долю покупательской способности потенциального потребителя.

Третий читает

Так же можно отметить следующие негативные последствия монополизации экономики:

1.застой экономики

2.торможение развития научно-технического прогресса

3.искусственное поддержание дефицита товаров

4.неиспользование в полном объеме производственных возможностей.

Необходимость антимонопольного регулирования была осознана западными экономистами еще в конце прошлого столетия.

Антимонопольное законодательство представляет собой, комплекс государственных мер, направленных на поддержание конкуренции во всех сферах хозяйственной деятельности, противодействие и ограничение монополизма и недобросовестной конкуренции в целях защиты общественных интересов.

Для этого в 1990 был образован Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур в соответствии с Законом Российской Советской Социалистической Федеративной Республики "О республиканских министерствах и государственных комитетах РСФСР".

Федеральная антимонопольная служба осуществляет свою деятельность и по сей день, главным девизом которой является :

#### Законность, равенство, справедливость