

Тернопільський національний економічний університет

Кафедра економічної теорії

**Міждисциплінарна курсова робота з економічної
теорії на тему:**

«Монопольний ринок та особливості його функціонування в Україні»

Студента 2 курсу групи МУН-21
напряму підготовки міжнародний маркетинг
Сидорака Назарія Івановича

Керівник:
Доц. Новак Ю.Р.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис, прізвище та ініціали)

(підпис, прізвище та ініціали)

(підпис, прізвище та ініціали)

м. Тернопіль – 2016 р.

План

Вступ.

1. Монополія: ринкова структура та її сутність.
2. Особливості функціонування монополії в Україні.
3. Шляхи подолання недоліків монополізму.

Висновки.

Список використаної літератури.

Зміст

Вступ	4
1. Монополія: ринкова структура та її сутність	6
2. Особливості функціонування монополії в Україні.....	15
3. Шляхи подолання недоліків монополізму	21
Висновки	25
Список використаної літератури	26

Вступ

Одна з найважливіших умов ринку – конкуренція. Вона породжує суперництво між учасниками ринкових відносин. Саме конкуренція дуже сильно стимулює господарську активність фірми, її нововведення, а також зниження витрат на виробництво. Конкуренція допомагає збитковим підприємствам підвищити свій рівень ефективності економіки.

Завдяки конкуренції створюється велика кількість товарів, що передбачає можливість вибору споживачам та порівнювати однакову продукцію різних виробників, ціна на які зменшується за рахунок конкуренції. [1]

Проте, підприємцю доведеться капіталізувати частину одержуваної доданої вартості, перетворювати її в додаткові робочі сили, щоб постійно збільшувати прибуток. Це призведе до зростання окремих підприємств і зростання масштабів виробництва. Тобто – до монополії, де виробництво й капітал контролюється тільки в одному підприємстві.

Але інколи сильні підприємства об'єднуються добровільно, адже вони хочуть захопити найбільшу частку ринку та одержувати великі прибутки. З цього можна припустити, що конкуренція породжує монополію. [3]

Предметом вивчення є монополія як тип ринкової структури, її види.

Завдання: розкрити сутність монополії, дослідити як вона впливає на економіку, а також показати її види та форми існування. Адже монополії спричиняють підвищення цін, а також зниження продуктивності. Оскільки фірма є монополістом на ринку, працівники можуть недобросовісно виконувати свою роботу, що призведе до погіршення якості товарів.

Дане дослідження є актуальним, оскільки у наш час проблеми монополізації все частіше цікавлять не тільки спеціалістів, але і підприємців. З початку 90-х років проблема монополізму постала і перед Україною. Тому,

щоб її уникнути, потрібно прийняти правильні рішення, зважені та встановлені державним регулюванням.

1. Монополія: ринкова структура та її сутність

Монополія – це такий вид ринкової структури, коли на ринку тільки одна фірма пропонує товар, якому не існує замінників. Продавець-монополіст хоче задовольнити своїх потенційних споживачів у межах певного ринку. Також, монополія може утворитися штучним шляхом внаслідок втручання органів державної влади та встановлення певних обмежень та виключень до певної особи чи фірми. Монополію можна розуміти як таку ситуацію на ринку, коли число продавців настільки мала, що один продавець може повністю контролювати ринок та впливати на утворення ціни, отже фірма-монополія є ціноутворювачем .

У чому полягають причини виникнення і розвитку монополій? Перш за все, наявність вхідних ресурсів є обов'язковою умовою виникнення та існування монополії. Але є і причини, які пов'язані з дією економічних законів, розвитком продуктивних сил і суттєвими змінами в технологічному способі виробництва.

Перша причина – дія закону конкуренції. Його мета – максимізація прибутку. Виробник змушений постійно збільшувати обсяги виробництва і продажу товарів, поступово збільшувати свою частку на ринку, усуваючи своїх конкурентів. В кінці кінців виробник захоплює і контролює велику частку виробництва, перетворюється на монополіста. Що в кінцевому результаті означає, що конкуренція породжує монополію. Конкуренція і монополія завжди існують в реальній ринковій економіці як дві протилежні і взаємодіючі характеристики.

Кожен підприємець прагне стати монополістом. Адже завдяки монополії можна уникнути від багатьох проблем і ризиків, пов'язаних із конкуренцією, зайняти провідну позицію на ринку. Цим самим, концентруючи у своїх руках визначену господарську владу, вони можуть

впливати на інших учасників ринку, нав'язувати їм свої умови і досягати найбільшої вигоди.

По-друге, причиною виникнення монополії є умова концентрації капіталу і виробництва.

Концентрація капіталу – це процес накопичування або збільшення індивідуального капіталу завдяки капіталізації прибутку, тобто використання певної його частини на розширення виробництва. [6]

Конкурентна боротьба є рушійним стержнем цього процесу. В результаті конкуренції з кількості дрібних і середніх фірм виділяються декілька найбільших, які стають монополіями. Таким чином, створюється ланцюжок: конкуренція сприяє утворенню концентрації виробництва, а ця концентрація, на певному етапі свого розвитку, призводить до монополії.

Третьою причиною створення монополії є централізація капіталу.

Централізація капіталу – це процес збільшення розмірів капіталу за рахунок поєднання кількох раніше незалежних капіталів в один, більший.

Однією з основних і найбільш застосованих форм централізації капіталу є утворення акціонерних компаній.

Можна зазначити, що централізація і концентрація капіталу та виробництва створили очевидну необхідність і можливість виникнення монополій, стали їх економічною основою.

Ще одна причина – перетворення індивідуальної приватної власності.

В останній третині XIX ст. організаційна та економічна структура випуску продукції була представлена зазвичай малими та середніми підприємствами індивідуальної приватної власності, яка дещо зменшувала розвиток продуктивних сил. У цей час великі досягнення НТП сприяли можливості будівництва великих заводів та об'єктів. Проте жоден капіталіст не мав потрібних капіталів, щоб фінансувати такі проекти. Тому потрібна була нова форма власності, яка могла б усунути ці проблеми. Акціонерна власність – от що об'єднало капітали декількох фірм.

І останньою причиною були економічні кризи, які стали основним фактором пришвидшення концентрації і централізації виробництва і створення на цій основі монополій.

Наслідком економічних криз є масове банкрутство дрібних і середніх підприємств. Для одних проблемою стало поглинання великим капіталом, а для інших вихід із кризи забезпечити могло тільки об'єднання. Взаємопов'язаність цих двох явищ-криз та монополій показує одну з причин пришвидшення монополізації економіки.

Види монополії:

- 1) закрита (адміністративна) – це ринок, який закритий для входження конкурентів юридичними бар'єрами;
- 2) відкрита – виникає тоді, коли фірма вперше виходить на ринок з новою продукцією і не має ніякого правового захисту;
- 3) природна – монополія, яка існує за рахунок економії та масштабах виробництва.

Вільна конкуренція – одна з найбільш динамічних сил економіки та ринку загалом. У XIX–XX ст. почався стрімкий процес розвитку монопольних підприємств, також відбувся перехід від вільної конкуренції до панування монополій. Чиста монополія зустрічається на ринку досить рідко. Проте, частіше за все конкуренція відбувається між кількома фірмами. Боротьба між ними відбувається за рахунок конкурентної стратегії. Саме ці підприємства володіють монопольною владою на ринку, оскільки мають великий вплив на встановлення цін та встановлення граничних витрат, в результаті чого отримують прибуток [5].

Ринок чистої монополії можна охарактеризувати за такими ознаками:

1. На ринку представлений тільки один продавець певного виду товару. Для нього абсолютно однакові поняття «ринкова пропозиція» та «пропозиція окремою фірми» як і однакові «ринковий попит» та «попит для окремої фірми», оскільки даний представник є єдиним, хто пропонує і на продукцію якого є попит.

2. Продукція, яка виготовлена фірмою-монополістом не має субститутів на ринку. Можна висловити думку, що покупець має два варіанти: або купувати товар у монополіста, або взагалі відмовитись від даного роду продукції.
3. Ціну на товар монополіст встановлює сам. Оскільки тільки його продукція встановлює пропозицію для споживача, то попит ринковий збігається з попитом монополіста.
4. Дуже важко увійти у галузь іншим виробникам. Причинами цього можуть бути:
 - а) масштаби виробництва (щоб створити гідну конкуренцію монополісту, потрібно вкласти багато грошей);
 - б) юридичні бар'єри;
 - в) власність на ресурси для здійснення виробництва;
 - г) недобросовісна конкуренція (підкуп чиновників, тиск на постачальників);
 - д) високі транспортні витрати.

Головною відмінністю між чистою конкуренцією і чистою монополією полягає у зміні кривої попиту. Крива попиту має абсолютно еластичний характер, коли підприємство працює в умовах чистої конкуренції (пряма лінія), а в фірми-монополіста ця крива має спадний характер (рис.1). Це означає, що виробник не зможе продати більше продукції без зниження ціни на неї. Однак він буде змушений знизити ціну не тільки на додаткову одиницю продукції, а й на весь обсяг продаж. Для монополіста виручка, отримана від продажу додаткової одиниці продукції, завжди менша її ціни.

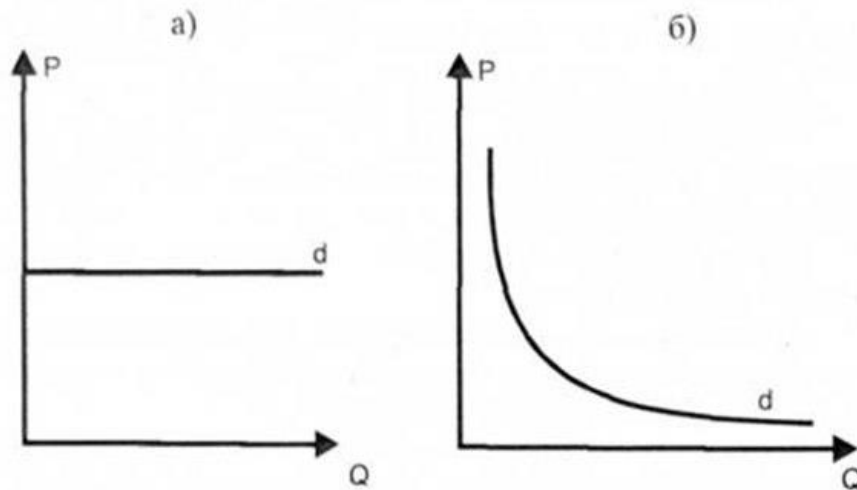


Рис. 1 Відмінності попиту для конкурентної фірми та чистого монополіста:

а) – попит для конкурентної фірми;

б) - попит для чистого монополіста

Для монополії крива середнього доходу співпадає з кривою попиту. А крива граничного доходу розміщується нижче від неї (рис.2).

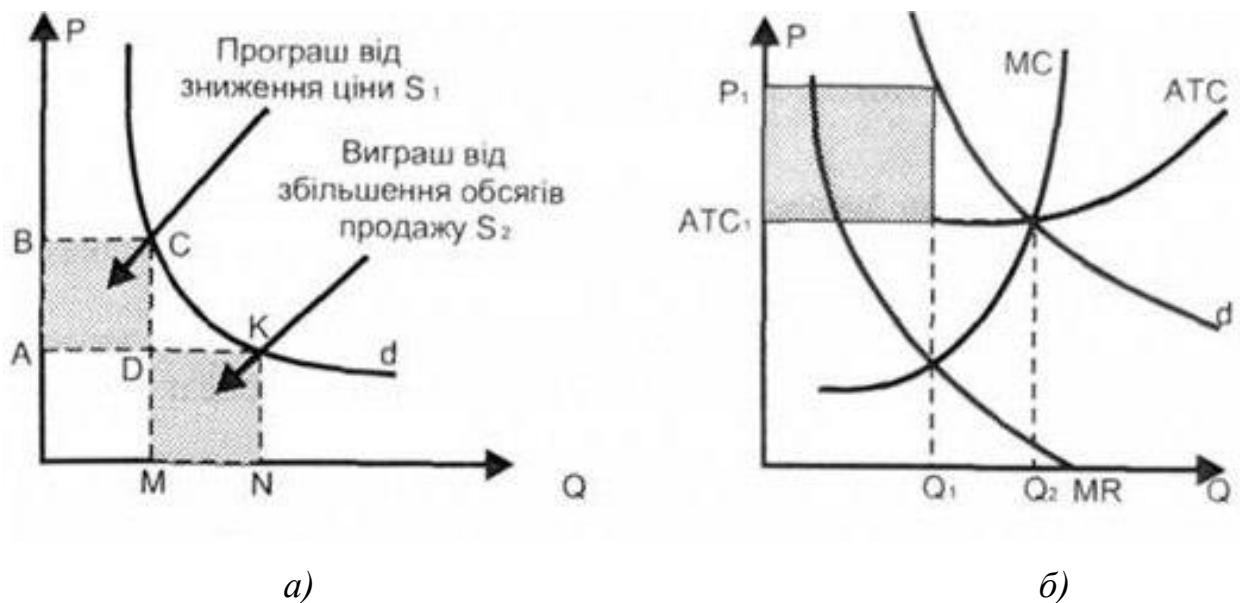


Рис. 2

а) – формування граничної виручки чистого монополіста;

б) – порівняння граничної виручки, граничних і середніх витрат.

Якщо фірма вибере обсяг випуску M , то зможе вибрати ціну A і цим забезпечить максимальну виручку продукції.

При обсягах випуску від 0 до M попит еластичний, а при обсягах випуску від M до N попит нееластичний.

Ціна на ринку монополіста завжди перевищує граничний дохід: величина приросту загального доходу при збільшенні ціни і зменшенні обсягу продажу визначає еластичність попиту.

Для досягнення додаткових прибутків фірма-монополіст може приймати рішення щодо зміни обсягу випуску: вибраний обсяг з врахуванням характеру попиту визначає рівень ринкової ціни.

Наслідки зміни ціни продавця і змін обсягів випуску величини сукупного доходу:

- 1) Якщо попит на товар еластичний, то для збільшення доходу потрібно збільшити ціну;
- 2) Якщо попит на товар нееластичний, то монополісту потрібно збільшити ціну;
- 3) При одиночній еластичності величина доходу не залежить від зміни ціни, отже монополіст формує обсяги виробництва і визначає ціну лише нееластичній частині кривої попиту.

Умовою максимізації прибутку є рівність: $MC = MR$.

Умова беззбитковості: $P > ATC_{\min}$.

Умова мінімізації збитків шляхом скорочення виробництва: $P < ATC_{\min}$.

Умова закриття: $P < AVC_{\min}$.

Монополізація ринку може досягатися:

1. Розширенням фірми за рахунок капіталізації прибутку, банкрутством конкурентів
2. Об'єднанням капіталів на добровільних засадах за допомогою згоди обох сторін

Форми монополістичних об'єднань:

- картель (об'єднання кількох фірм однакової галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва і зроблений продукт)
- синдикат (створене учасниками, що зберігають виробничу самостійність, спільного підрозділу, який здійснює збутово-постачальні операції для всіх учасників об'єднання)
- трест (спілка підприємств однієї галузі, які втрачають право власності як на комерційну, так і на виробничу незалежність, тобто об'єднують виробництво, збут, фінанси, керування).

Проте варто зазначити, що властивості картелів, трест елів та синдикатів не вели до повного пригнічення конкурентів. Наприклад трести не могли повністю вилучити з ринку своїх конкурентів.

Тому на заміну їм прийшли нові форми монополій: багатогалузевий концерн, конгломерат, консорціум, так як картелі, синдикати, трести втратили своє значення й у чистому вигляді майже не зустрічаються.

Багатогалузевий концерн – це об'єднання десятків і навіть сотень підприємств різноманітних галузей промисловості, транспорту, торгівлі, учасники якого втрачають право власності на засоби виробництва і вироблений продукт, а головна фірма здійснює над іншими учасниками об'єднання фінансовий контроль.

Конгломерат – це величезний промисловий комплекс, в якому зосереджені компанії під єдиним фінансовим контролем. Ці компанії діють у різних галузях, які не пов'язані між собою технологічно. В ідеалі, конгломерати зосереджені в руках однієї фірми і випускають різного роду неконкурентні товари на одній або більше стадіях виробництва та здійснюють свої операції на сегментах ринку, які не перетинаються. При цьому фірми мають незалежність своєї економічної діяльності; управління ними централізоване. Різниця між конгломератом і багатогалузевим концерном полягає в тому, що у випадку концернів лише найсильніші

підприємці мають змогу брати участь у контролюванні фінансів, що здійснюють головна фірма або банк.

Ще одним видом форми монополії є консорціум. Він створюється на основі тимчасових домовленостей між декількома банками і виробничими корпораціями для здійснення спільних великомасштабних фінансових операцій чи здійснення виробничих проектів. Після завершення робіт, які виконувались спільно консорціум розпадається.

У сучасному ринковому середовищі найбільш поширеною є олігополія. Дійсно, в економіці розвинутих країн спостерігається таке явище, коли в деяких галузях лідирують 3-4 крупних фірми. [7]

Олігополія має місце на ринку тоді, коли діє декілька великих продавців одного товару або його близьких замінників. Це є свого роду переплетення монополій і конкуренції. На думку багатьох спеціалістів, така ситуація є найбільш вигідною, оскільки через неї вдається поєднати переваги крупного виробництва з конкурентною поведінкою.

Незначна кількість продавців обумовлюється тим, що новим претендентам досить важко вийти на ринок виробництва. Причиною цього є обмеженість ресурсів. Для виробництва потрібна сировина і матеріали, які вже до того часу є майже повністю розподіленими. Ситуація пояснюється також тим, що новим підприємствам важко знайти ринки збуту, оскільки попит на цей товар уже насичений.

Продавець має вчасно реагувати на стратегію та дії своїх конкурентів. Очевидно, що коли якесь підприємство знижує ціни на товар, покупці починають купувати їх. Іншим конкурентам потрібно вдатись до вживання оперативних заходів. Перш за все – знижувати ціни або впроваджувати додаткові послуги для покупців.

Монополістичні дії можуть виявлятися не лише збоку виробника. Вони існують також і збоку покупця. Проявом однієї з них є монопсонія. Монопсонія діє тоді, коли на ринку перевагу має лише один покупець певного товару, який, користуючись своїм становищем, може впливати на

ціни. Своїми діями він може зменшити ціну, тим самим збільшити свої прибутки. Найбільш яскраво монопсонія проявляється збоку дій держави, яка являється єдиним покупцем зброї у приватних фірм. Також це може бути крупна фірма, що закуповує на сировинному ринку певні матеріали.

Більш поширеною ситуацією є олігопсонія. Вона показує ситуацію, коли існує незначна кількість покупців певного товару чи послуги. Обмежуючи закупівлю товарів, узгоджуючи ціни, вони добиваються зниження цін, забезпечуючи собі монопольні прибутки. Такого роду ситуація дуже часто проявляється на ринку продовольчих товарів, де група крупних промислових фірм-олігопсоністів диктує свої умови фермерам.

2. Особливості функціонування монополії в Україні

Монополії, які перебувають чи то в державній чи в приватній власності, безвідповідально ставляться до споживачів, оскільки не мають конкурентів, які б могли встановити стандарти ефективності, та які б могли бути кращими у функціонуванні. Через це, у багатьох країнах дуже надіються, що комісії з регулювання діяльності фірм-монополістів, які контролюють правильність ухвалення рішень щодо встановлення цін, витрат та якості продукції, яку виготовляють підприємства-монополісти, допоможуть уникнути проблем з монополіями. На сьогодні існує стратегія використання спеціально стимульованої конкуренції, яка передбачає два способи: організація вільного доступу до основних засобів підприємств-природних монополістів та встановлення франшизи на експлуатацію основних засобів цих підприємств.

Згідно статті 1 Закону України «Про природні монополії» природна монополія трактується як стан товарного ринку, за якого задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва, а товари (послуги), що їх виробляють суб'єкти природних монополій, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами (послугами), у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари (послуги), ніж попит на інші товари. [9]

В нашій країні монополії дещо особливі. Якщо в більшості країнах монополія проявляється тільки у виробничій сфері, то в Україні – майже у всіх. Така ситуація виникла в результаті колишньої системи командного адміністрування СРСР. Якщо порівнюючи ці дві монополії, то можна замітити істотні зміни. Перш за все, вони пов'язані з роллю держави в монополії. По-друге, при конкуренції на ринку, лідером може стати лише фірма з найбільшим науковим потенціалом. Однак, бували випадки утворення монополії за відсутності конкуренції та на відсталому розвитку НТП. Також, між монополіями, які існували в різні часи існує різниця

сприйняття економіки монополій. Четвертою відмінністю є система «зверху-вниз» у сучасній моделі монополізму (табл. 1)

Таблиця 1

Відмінність між класичною монополією та радянською



Як і в більшості країн, в Україні природні монополії мають деякі привілеї в заміну на те, щоб уряд міг регулювати їхні дії щодо зловживання монополюючою владою.

З початку 90-х років, коли Україна стала незалежною державою, вона намагається зменшити вплив монополій на розвиток економіки держави та створити умови для створення ринкової економіки. Одним з найважливіших завдань для України є проведення ефективної антимонопольної політики. Самі монополісти на українському ринку не порушують законодавства, проте порушують його при зловживанні монополюючим становищем. Фірми-монополісти займають значні масштаби на ринку, а їхні дії пов'язані не тільки з встановленням цін, а й несправедливим скороченням попиту чи пропозиції та створенням перешкод для входу інших підприємств в галузь. Монополіст також може мати перевагу у витратах на виробництво та збут завдяки великим масштабам виробництва та інновацій. Бувають випадки, коли обсяг випуску продукції підприємства-монополії перевищує обсяг під час конкуренції, при цьому ціна не буде максимальною. В сучасних умовах глобалізації світової економіки, монополісти змінюють конкуренцію та шукають нові можливості, які можуть бути перспективні для здійснення господарювання. Оскільки монополіст є лідером на ринку, то звичайно він активніший в інноваційному плані, а також має вищі зарплати та схильність до інвестування, ніж під час конкуренції.

До природних монополій належить комунальне обслуговування – електропостачання, газопостачання, водопостачання. Також послуги зв'язку, кабельного телебачення, окремих галузей транспорту. Серед них найпопулярнішими є: «Нафтогаз України», «Укрспецекспорт», «Енергоатом», «Укрзалізниця». Донедавна «Укртелеком» також вважався монополією, але в силу розвитку НТП з'явилися фірми-конкуренти.

В Україні комунальні підприємства створені для задоволення потреб жителів. В загальній картині, їхня діяльність збиткова та на теперішній момент ці монополії переживають кризу, подолати яку можуть тільки нові закони про місцеве самоврядування і нові практичні застосування. Якщо встановити реальні ціни і тарифи на користування комунальних послуг, за допомогою яких можна позбутись збитковості, то це призведе до обурення серед споживачів.

А от «Укрзалізниця» існує на двох видах ринкової структури. Вона функціонує як і монополія, оскільки забезпечує соціальне населення залізничним видом транспортуванням, так і конкурентне підприємство, адже забезпечує вантажним та пасажирським перевезенням. Ця ситуація має негативний характер, бо за рахунок монополії немає стимулів для покращення якості послуг та необґрунтоване підвищення цін. А оскільки найбільшими споживачами послуг, які надають суб'єкти природних монополій, – громадяни, то на зміну ціни (підвищення) вони реагують природно, що призводить до зменшення попиту на ці послуги і в кінцевому результаті – на прибуток виробника.

Однак, якщо попит на товари чи послуги нееластичний, монополіст може вдатися до зміни ціни на такому високому рівні, щоб доходи від обсягу меншої кількості проданої продукції перекидали упушені вигоди.

На жаль, рівень регулювання та контролю над природними монополіями в Україні низький. Причиною цього є:

- незнаходження компромісу між різними органами влади в процесі регулювання монополій;
- відсутність тих чинників, які характеризують ефективність виконання покладених функцій на монополійні об'єкти;
- немає інформаційної системи, яка б спонукала суб'єктів державного регулювання монополій до реалізації своїх рішень.

На початку 2015 року на ринках з конкурентною структурою реалізувалося 42,7% загального обсягу продукції в Україні; на ринку з ознаками колективного домінування або олігополії – 16,7%. На ринку одноосібного домінування (частка ринку більше 35%) – 30,8%. Щодо монопольного ринку, то тут частка загального обсягу товару сягнула позначки 9,8% (рис. 3).

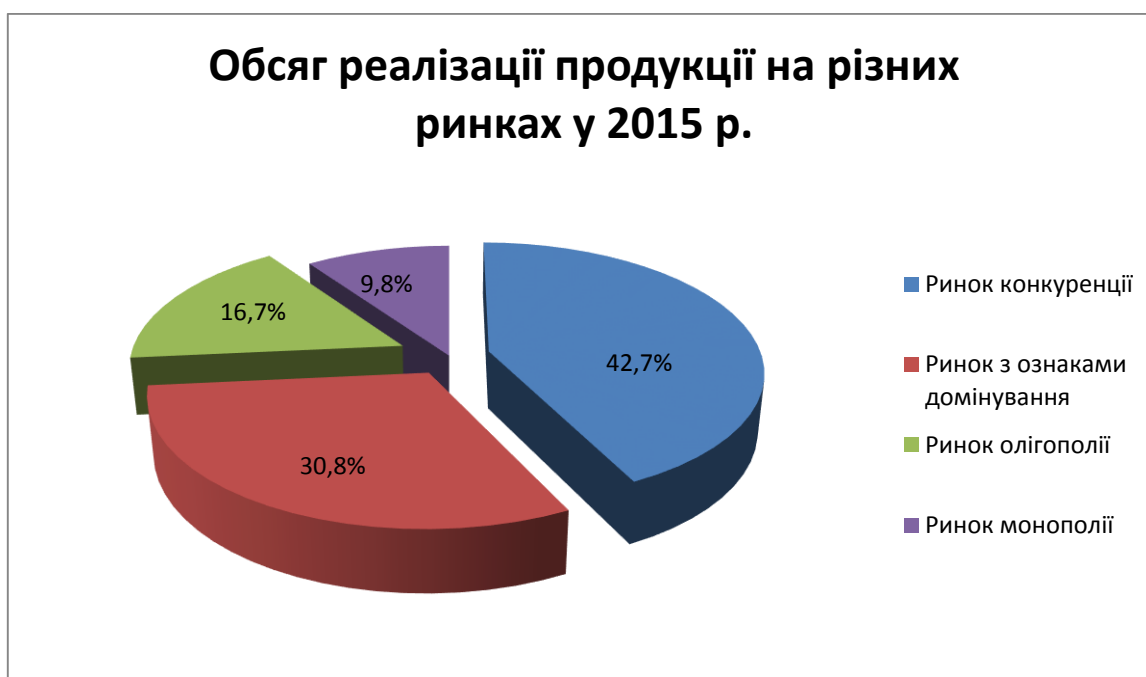


Рис. 3 Обсяг реалізації продукції на різних ринках у 2015 р.

Порівняно з 2014 роком, частка продукції, реалізованою на монопольному ринку впала на 2%, а на ринку конкуренції – на 4,8%. Проте зросла частка ринків з ознаками індивідуального домінування на 5,4%, що обумовлено в перше чергу зменшенням частки конкурентних та олігопольних ринків. Також зросла частка олігопольного ринку, різниця становить 1,3%.

Таблиця 2

Зміна показників структурних передумов розвитку конкуренції в економіці України

Типи ринків	Частка підприємств, що діють на ринку певного типу в загальному обсязі виробництва за роками (%)		
	Початок 2014 року	Початок 2015 року	Різниця показника
Ринок конкуренції	47,5	42,7	-4,8
Олігопольний ринок	15,4	16,7	1,3
Ринок з ознаками одноосібного домінування	25,4	30,8	5,4
Ринок монополії	11,8	9,8	-2,0

Аналіз тенденцій зміни структурних передумов конкуренції, починаючи з 2001 року, свідчить, що з початку розгортання світової економічної кризи 2008 року має місце тенденція до скорочення рівня конкуренції.

Загалом, західні спеціалісти вважають, що в Україні відсутня політика, яка б могла ефективно боротись з діяльністю монополій.

3. Шляхи подолання недоліків монополізму

Зрозуміло, що крім позитивних моментів монополія являє собою ряд негативних рис. По-перше, вони загрожують розвитку здорової конкуренції. По-друге, монополіям властиво збільшувати прибутки, при цьому зменшувати обсяг випуску продукції та підвищення на них цін. Ще одним негативним наслідком підприємств-монополістів є уповільнення НТП. Часто монополістична діяльність фірми призводить до забруднення довкілля та недбайливе використання ресурсів. Також, вони монополізують засоби масової інформації і як наслідок через них можуть впливати на думку та рішення споживачів.

Сучасні економісти вважають, що поняття «монополія» та «велике підприємство» – поняття різні, навіть якщо воно має великий обсяг виробництва. Різниця полягає в тому, що фірма, яка є монополістом використовує свої лідерські позиції на ринку та диктує ціни на продукти чи послуги та здійснює інші негативні дії. Проти таких фірм і застосовується антимонопольна політика.

Антимонопольна політика – ряд заходів, розроблених і застосованих в багатьох країнах світу, спрямованих на припинення та обмеження монопольної діяльності, а також створення спеціального законодавства.

Першим із таких законів був прийнятий у США у 1890 р. За прикладом сполучених штатів у різних країнах теж почали ухвалювати різні закони для подолання монополізму. У середині ХХ ст. такі закони приймались у Західній Європі, а наприкінці ХХ – у Східній.

Проте американська та європейська антимонопольна політика дещо відрізняються. Американська – головним завданням є боротьба з монополією як структурною одиницею. Європейська може регулюватись та спрямована проти негативних проявів ринкової влади фірми-монополіста.

Можна виділити основні фактори боротьби з монополіями:

- 1) попередження створення монополії;

2) перешкоджання використовувати монополістам владу.

Уряди західних держав ухвалюють закони, які спрямовані скоріше на перший фактор. Спеціалісти цих країн вважають, що значно легшим завданням є не допуск виникнення монополій, а не боротися з ними вже після їх утворення. Серед умов антимонопольних законів можуть бути: заборона об'єднань фірм та змов між ними, що може призвести до обмеження обсягу виробництва. Заборона також може бути на придбання акцій підприємств, якщо це може викликати утворення монополізації в галузі та послаблення конкуренції.

Щодо заборон на уже існуючі монополії виділяють: встановлення високих цін на податки прибутків, контроль над цінами, переведення монополій у державну власність. Порушення хоча б одного із цих законів каратимуться адміністративними штрафами. Якщо монополіст зухвало порушує чи ігнорує антимонопольні закони, держава може вдатись до розпусчення монополії.

Всі антимонопольні закони, які ухвалені на заході є дуже дієвими та постійно удосконалюються. Завдяки цим законам вдалось уникнути значної частки утворень монопольних тенденцій та почали стимулювати підприємства на конкурентні стосунки на ринку.

Якщо взяти до уваги Україну, то для неї антимонопольна політика була досить дивним та незвичним явищем. Адже за часів СРСР збереглося багато різних монопольних угруповань, а з кожним роком їх чисельність збільшувалась. Проте, були сформовані реформи, внаслідок чого ситуація на українському ринку змінилась. Головною метою цих реформ було не просто усунення монополії, а створення конкурентних умов для існування підприємств, що підвищило б економічне зростання та стабільність економіки. [2]

Стратегічною метою конкурентної політики є підтримка збоку держави щодо створення ефективної конкуренції та однакових умов ринкових відносин між всіма його учасниками. Контроль держави за дотриманням

цього законодавства та здійснення покарань до його порушників застосовується Антимонопольним комітетом України. Основними його завданнями є:

- здійснення контролю за дотриманням законів, спрямованих на утворення конкуренції;
- запобігання, виявлення та припинення порушень конкурентного законодавства;
- здійснювати контроль над економічною концентрацією;
- сприяння розвитку здорової конкуренції. [4]

У 2015 році Антимонопольний комітет України розглянув 5048 заяв та звернень з приводу порушень законодавства про захист економічної конкуренції, що на 11,6% більше, ніж у 2014 році.

За результатами вжитих Комітетом заходів усього припинено 4 523 порушення законодавства про захист економічної конкуренції. З них 2 169 порушень – у вигляді зловживань монополюним (домінуючим) становищем, 524 – антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання, 917 – антиконкурентних дій державних органів, 432 – недобросовісної конкуренції (рис. 4).

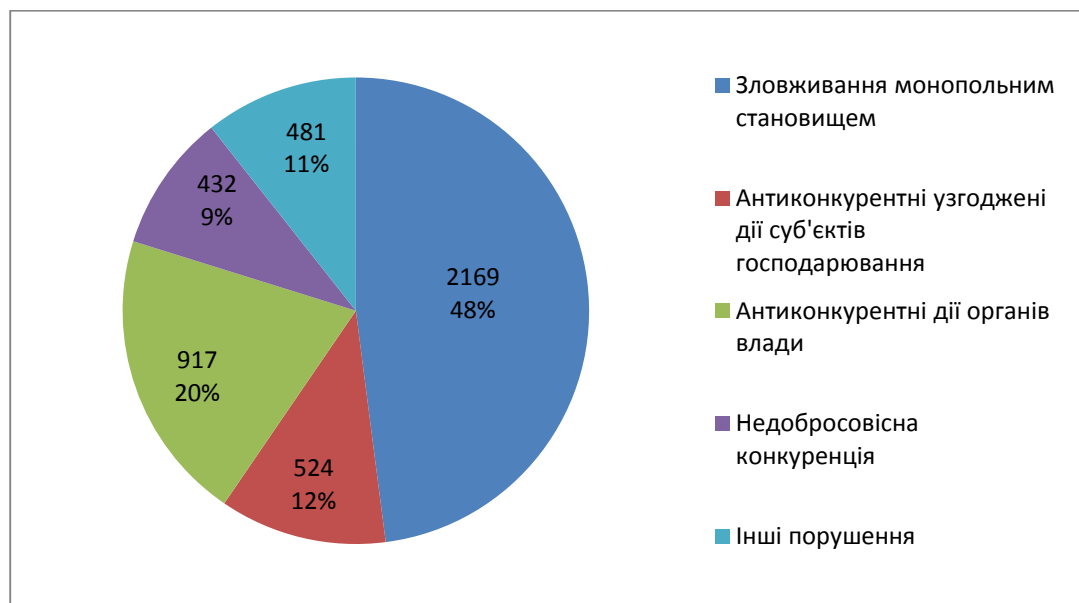


Рис. 3 Структура порушень законодавства про захист економічної конкуренції, припинених Комітетом у 2015 році

У 2015 році органами Антимонопольного комітету України було надано 1 300 рекомендацій іншим органам державної влади, органам місцевого самоврядування, суб'єктам господарювання щодо вжиття заходів, спрямованих на обмеження монополізму, розвиток конкуренції та запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції. Найбільшу увагу Комітет приділяв заходам з обмеження монополізму та забезпечення інтересів споживачів на соціально важливих загальнодержавних та регіональних ринках. Низку рекомендацій, спрямованих на розвиток конкуренції, було надано щодо ринків медичних послуг, тютюнових виробів, ринку послуг з утримання будинків і споруд та прибудинкових територій.

Діяльність антимонопольного закону України базується на законних принципах та спрямований на захист прав суб'єктів господарювання. Можна вважати, що на сьогоднішній день в нашій державі створено законодавчу базу для створення рівних умов на ринку та боротьби з монополізмом. Проте, ринок постійно розвивається, що створює нові проблеми у сфері політики конкурентів, які підлягають розв'язанню. Тому слід розвивати антимонопольну політику, приймати рішення, які зможуть усунути всі недоліки ринкових відносин, оскільки це сприяє підвищенню економіки.

Висновки

Монополія – стійка форма господарювання, яка перешкоджає створенню конкуренції на ринку та сприяє утворенню лідируючої поведінки фірми, в результаті підвищення цін, зменшення обсягу виробництва та неналежна якість продукції. Однозначної відповіді на питання, що сприяло виникненню монополій – немає. Вона виникає в тих галузях виробництва, де утворення конкуренції вкрай важке або майже неможливе. Найбільш поширеним способом утворення монополій є утворення підприємств. Вони можуть бути як складні в своїй структурі, так і прості. Найпростіші – тимчасові угоди між компаніями. Зміст цих угод можуть нести домовленість на встановлення цін на продукцію, вироблену в одній галузі, а також спільні дії, спрямовані відносно конкурентів, що не належать до цього об'єднання.

Фірма-монополіст несе за собою ряд позитивних та негативних явищ. Для запобігання утворення монополій та здійснення нею негативних наслідків державою створюються антимонопольні законопроекти. Головним чином, зміст цих законів є недопускання незаконного підвищення цін та здійснення заходів, метою якого є здійснення шкоди споживачам задля отримання прибутку.

В Україні проблема монополізації носить не тільки економічний характер, а і суспільно-політичний. Необхідно розуміти всі негативні наслідки діяльності монополії та вчасне перешкодження їх утворення. А в разі утворення – створення антимонопольного законодавства методом сприяння утворення конкуренції та рівних умов для господарювання на ринку. Звичайно, деколи монополії створюються штучним шляхом при необхідності. Але за цим процесом потрібно пильно слідкувати, здійснювати державою контроль над зловживанням переваг.

Список використаної літератури

1. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка: Навч.посібник- Вид-ня 2-ге, перероб. та доп.- К.: «Центр навчальної літератури», 2011.- 352с.
2. Гречко А. Об'єктивна необхідність реформування природних монополій в Україні (на прикладі системи залізничного транспорту) / А. Гречко //Економіст. - 2012. - № 6. - С. 55-58.
3. Гронтковська, Г. Е. Макроекономіка: навчальний посібник / Г. Е. Гронтковська, А. Ф. Косік ; Мін-во освіти і науки України. - К.: ЦУЛ, 2010. - 672 с.
4. Карбовник Л.П. Проблеми державного регулювання природних монополій в Україні / Л.П. Карбовник // Держава та регіони. - 2010. - № 7. - С. 31-37..
5. Кучерявенко, І. А. Макроекономіка: практикум / І. А. Кучерявенко. - 3-тє вид., стер. - К.: Вікар, 2011. - 239 с.
6. Кучуків Р. А., Економічна теорія: Підручник / Р. А. Кучуків .- М.: Економіка, 2013 .- 520с.
7. Павленко І. М. Мікроекономіка. Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 288 с.
8. Перелік природних монополій, визначений Антимонопольним комітетом України [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://www.amc.gov.ua/amc/control/uk/publish/article%3fshowHidden=1&art_id=173881..