

Тернопільський національний економічний університет

Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

з економічної теорії на тему:

«Монопольний ринок та особливості його функціонування в Україні»

Студентки 2 курсу групи Ф-21

напряму підготовки

6.030508 «Фінанси і кредит»

Олійник Н.В

Керівник: к.е.н., доц. Жовковська Т.Т.

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ПЛАН

Вступ

Розділ I. Теоретичні аспекти ринку монополії

Розділ II. Базові теорії ринку монополії

Розділ III. Теоретичні засади вибору стратегій на монополізованих ринках в Україні.

Розділ IV. Антимонопольне регулювання в Україні.

Висновки

Список використаної літератури

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ I. Теоретичні аспекти ринку монополії	7
Розділ II. Базові теорії ринку монополії	13
Розділ III. Теоретичні засади вибору стратегій на монополізованих ринках в Україні	21
Розділ IV. Антимонопольне регулювання в Україні	25
Висновки	36
Список використаної літератури	40

Вступ

Актуальність теми дослідження. Забезпечення стійкого економічного зростання вітчизняної економіки потребує зменшення негативного впливу монополізму, рівень якого є досить високим, особливо на регіональних ринках. Засилля монополізму стримує розвиток економіки, провокує інфляційні процеси, перешкоджає вирішенню соціальних завдань.

Проблема ускладнюється тим, що монополізм в Україні характеризується низкою особливостей, які є наслідком тривалого панування адміністративного управління та обумовлюються трансформаційними процесами в економіці. В зв'язку з цим. пошук шляхів зменшення негативного впливу монополізації та вдосконалення державного регулювання діяльності монополій потребує врахування здобутків світової економічної науки і особливостей господарського механізму трансформаційної економіки.

Сучасна теорія функціонування монополій сформувалася завдяки дослідженням Джо Бейна, Дж. Стіглера, Д. Роста, Ф.М. Шерера, Р. Познера та інших учених. Підвищення рівня усупільнення виробництва, посилення міжгалузевої та міжнародної конкуренції трансформують погляди на процеси концентрації та централізації виробництва і капіталу, а відповідно і на ступінь та способи регулювання монопольних виробничих структур, напрями реформування господарського механізму в сфері природної монополії. Проблеми регулювання монополізму в країнах з розвинутою економікою розглядають В. Кіп Віскузі, Джон М Вернон, Джозеф Е. Гарінгтон. А.Бутиркін, Ю. Касьянов, О. Мостовенко, Н. Розанова, А. Циганов та інші.

Останніми роками підвищується увага вітчизняних економістів до проблем функціонування та регулювання монополізму в економіці. Насамперед це стосується сфери природного монополізму. Закономірності функціонування природних монополій та проблеми їх державного регулювання в трансформаційній економіці аналізують Є. Абрамова, А. Бабак, В. Венгер, Н.Малахова, Н. Матвеева, І. Плінус, З. Попович, О. Романюк, Т. Юр'єва, Г.Башнянин, М.Долішній, І. Михасюк, Л. Гринів, М. Крупка, С. Панчишин, С.Реверчук та інші. Одночасно питання вдосконалення

ціноутворення та державного регулювання монопольних цін залишається гостро актуальними. Насамперед потребує уваги діяльність природної монополії, частина якої в загальному обсязі виробництва є надмірно високою, а ціни мають тенденцію до неперервного зростання. Натомість механізм державного регулювання природної монополії є недосконалим, значною мірою втрачено контроль за ціноутворенням у цій сфері, що негативно позначається на діяльності підприємств інших галузей, обмежує їх конкурентоспроможність і провокує соціальну напруженість.

Особливе місце в секторі природної монополії займає житлово-комунальне господарство. Проблеми формування тарифів на послуги ЖКГ, розмежування видів діяльності, що належать до економічної і до природної монополії, а відповідно і особливостей їх регулювання виходять на перший план. Увага до цінового регулювання в сфері природної монополії обумовлена, насамперед, стійкою тенденцією до підвищення цін та тарифів, посиленням негативного впливу цього процесу на рівень витрат підприємств-споживачів, обмеженням конкурентоспроможності та можливостей розвитку підприємств. Проблема ускладнюється відсутністю міжгалузевих балансів цін, аналізу та прогнозів конкретного впливу зростання цін у сфері природної монополії на інші галузі та економіку в цілому.

Реформування сфери природної монополії передбачає врахування як загальних закономірностей формування виробничої та цінової політики в умовах монопольної влади, так і особливостей механізму функціонування природної монополії. Забезпечення ефективного регулювання сектору природної монополії та зменшення негативного впливу монополізму на економіку країни слід вважати актуальним напрямком наукових досліджень, який дозволяє поєднати сучасні теоретичні надбання теорії монополізму і нові підходи до оцінки діяльності монополістів, а також з'ясувати доцільність їх державного регулювання з урахуванням особливостей монополізму у економіці України.

Об'єктом дослідження є монопольний ринок України.

Предметом дослідження є теоретичні проблеми, засади вибору стратегії на монополізованих ринках та антимонопольне законодавство.

Метою і завданням даної роботи є дослідження монопольного ринку та особливостей його функціонування в Україні.

Дослідження поставленої мети здійснювалось через вирішення таких завдань:

- дослідити та охарактеризувати теоретичні проблеми ринку монополії
- проаналізувати теоретичні засади вибору стратегії на монополізованих ринках
- дослідити та охарактеризувати дію антимонопольного регулювання в Україні

Розділ I. Теоретичні аспекти ринку монополії

Модель досконалої конкуренції вважається ідеальною ринковою структурою, тобто такою, що рідко зустрічається в реальній економіці. Дуже часто на практиці порушується одна чи більше умов досконалої конкуренції і таким чином

формується ринки, які отримали загальну назву “ринки недосконалої конкуренції”. Найсуттєвішою рисою таких ринкових моделей є здатність учасників тим чи іншим способом впливати на ринкову ціну.

Розглянемо один із типів ринку – монополію, виробники на якому мають найбільшу ринкову владу.

Характерні ознаки монополії:

1. Весь галузевий випуск здійснює одна фірма. Тому при монополії поняття галузь і фірма є синонімами.
2. Продукція монополіста є унікальною, тобто не має близьких замінників.
3. Потреба в ціновій і неціновій конкуренції відсутня.
4. Монополіст має можливість впливати на ціну, змінюючи обсяг продажу продукції, тобто він є “ціноутворювачем”.
5. Вхідження на ринок нових фірм блоковано.

Ринок, на якому строго витримуються усі вищезазвані умови, називається чистою монополією. Чисту монополію також можна вважати ідеальною моделлю ринку. Тобто, чиста монополія і досконала конкуренція є крайніми ідеальними елементами спектру ринкових структур, між якими розташовані усі інші реальні моделі ринку.

Однією з передумов виникнення монополії є наявність перешкод (бар’єрів) для входження в галузь для фірм - потенційних конкурентів.

Основні бар’єри для виходу на ринок:

1. Виключні права на випуск певної продукції чи надання послуг, отримані від держави у вигляді ліцензії.

2. Патенти та авторські права, які забезпечують правовий захист інноваційних продуктів від несанкціонованого їх використання конкурентами.

3. Власність на пропозицію певного виробничого ресурсу.

4. Економія на масштабі виробництва, яка є характерним явищем для певних галузей.

5. Необхідність великого стартового капіталу.

6. Високі транспортні затрати або взагалі нетранспортабельність окремих товарів і послуг створюють умови для існування місцевих монополій сфера діяльності яких обмежується окремим регіоном.

7. Нечесна конкуренція.

Розрізняють монополії чисті, закриті, відкриті, природні.

Чиста монополія - модель ринку, на якому присутній єдиний виробник продукції. Чиста монополія рідко зустрічається в реальному економічному житті.

Закрита монополія захищена від конкуренції юридичними бар'єрами (ліцензіями, патентами).

Відкрита монополія виникає тоді, коли фірма вперше виходить на ринок з новою продукцією, яка не має ніякого правового захисту.

Природна монополія - це галузь, в якій довгострокові середні витрати досягають мінімуму, коли одна фірма обслуговує ринок загалом. Тобто, природна монополія виникає в тих галузях, в яких мінімально ефективний масштаб виробництва співпадає з галузевим попитом (транспортування газу і електроенергії, постачання води, телефонний зв'язок, залізничний транспорт). В таких галузях конкуренція недоцільна із суспільної точки зору.

Приклади монополій: компанія Де Бірс - видобуток і продаж алмазів, ВО "Іскра" (м.Львів) — лампи розжарювання 25-100 Вт, ВО "Ватра" - деякі види промислових світильників; місцеві підприємства, які надають комунальні послуги - "Тернопільводоканал", "Тернопільміськгаз", "Тернопільобленерго", природні монополії державного масштабу: НАК "Нафтогаз України".

Характерезуючи поведінку фірми на ринку монополії, варто згадати про монопольне ціноутворення та цінову дискримінацію.

Згідно визначення монополії фірма-монополіст має ринкову владу, тобто вона є ціноутворювачем і може здійснювати власну цінову політику.

Формула, яка показує можливість максимізації прибутку монополістом лише на ділянці еластичного попиту, демонструє також принцип ціноутворення за монополії “вартість+”:

$$P = \frac{MR}{\left(1 + \frac{1}{E_D}\right)}$$

Оскільки в умовою рівноваги монополіста є $MR = MC$, то попередня

$$P = \frac{MC}{\left(1 + \frac{1}{E_D}\right)}$$

формула трансформується в наступну

Вона показує, що ринкова ціна монополіста - це граничні витрати плюс надбавка, яка залежить від еластичності попиту. На рис. 1.1. очевидною є різниця між величиною цієї надбавки для попиту різної еластичності.

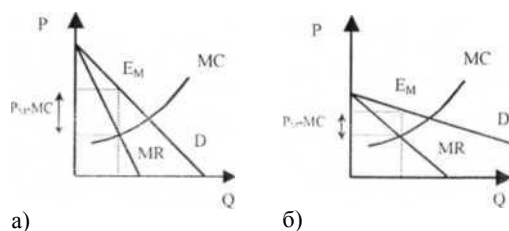


Рис. 1.1 Монопольне ціноутворення для товарів з різною еластичністю попиту: а) меншою, б) більшою

Монополіст є раціональним суб'єктом ринкових відносин і тому прагне використати ринкову владу, як інструмент покращення власного добробуту. Один із способів збільшення прибутку монополії є цінова дискримінація. Цінова дискримінація - принцип ціноутворення, згідно якого той самий товар або послуга продається різним категоріям покупців за різними цінами.

Для здійснення цінової дискримінації потрібно забезпечити дотримання двох умов: по-перше, щоб покупці не могли перепродувати куплену продукцію; по-друге, щоб продавець був спроможний розділяти покупців на групи (сегментувати ринок) або створювати умови для

самовідбору споживачів в такі групи.

Розрізняють три види цінової дискримінації:

- 1) дискримінація першого ступеня;
- 2) дискримінація другого ступеня;
- 3) дискримінація третього ступеня.

7 Дискримінація першого ступеня, або абсолютна цінова дискримінація здійснюється монополістом шляхом встановлення кожному споживачеві ціни на рівні його готовності платити за це благо. Іншими словами, відбувається продаж кожної одиниці блага за її ціною попиту. Графічна ілюстрація такого виду цінової дискримінації показана на рис. 1.2.

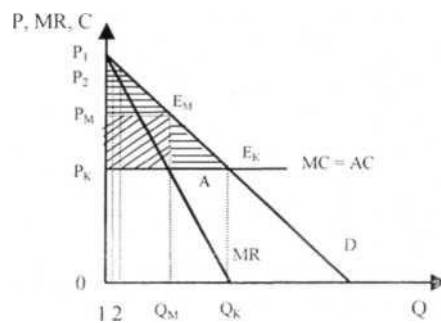


Рис. 1.3. Цінова дискримінація 1-го ступеня

Монополіст продає першу одиницю блага за максимальною ціною P_1 другу одиницю за P_2 і т.д. Найнижча ціна, за якою монополіст може реалізувати останню одиницю продукції беззбитково для себе, дорівнює ціні P_k - ціні конкурентної рівноваги. Таким чином, продавши обсяг Q_k , монополіст отримує прибуток, що чисельно дорівнює площі трикутника BP_kE_k . У випадку не застосування дискримінації виробник отримав би лише прибуток, який відповідає площі прямокутника $P_mE_mAP_k$. Отже дискримінація забезпечила збільшення прибутку монополіста за рахунок перерозподілу надлишку споживача BP_mE_m на користь монополіста та отримання додаткового надлишку виробника E_mE_k . Негативним наслідком цінової дискримінації першого ступеня є зменшення надлишку споживачів до нуля. До позитивних рис абсолютної дискримінації є збільшення ринкового обсягу з Q_m до Q_k , тобто збереження на ринку споживачів з низькою купівельною спроможністю.

Явте цінової дискримінації 1 ступеня на практиці зустрічається рідко і є скоріше теоретичною моделлю. Найбільш вдалим прикладом такої дискримінації могло бути призначення лікарем, який практикує в невеликому містечку і знає доходи своїх пацієнтів, різних цін за прийом і лікування в залежності від їх здатності платити.

Частіше монополіст застосовує інший тип цінової дискримінації- продаж за різними цінами окремих партій товару. Вона відома також як випадок нелінійного ціноутворення, оскільки означає, що ціна за одиницю товару не є постійною, а залежить від того, скільки товару купується. Графічною ілюстрацією цінової дискримінації 2-го ступеня є рис. 1.4.

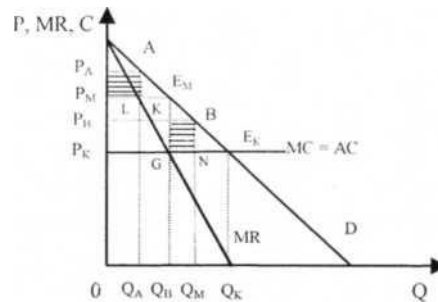


Рис. 1.4. Цінова дискримінація другого ступеня

Як бачимо, обсяг Q_A споживачі готові придбати за ціною P_A , наступну партію (блок) Q_B-Q_A за нижчою ціною P_M і т.д. Без дискримінації монополіст продав би обсяг Q_M за ціною P_M і отримав би прибуток, що чисельно дорівнює площі заштрихованого прямокутника. Дискримінація 2 ступеня не дозволяє монополісту привласнити весь надлишок споживача, проте забезпечує йому додатковий прибуток, що дорівнює площі прямокутників $P_A A L P_M$ та $K B N G$

На практиці цінова дискримінація другого ступеня здійснюється у вигляді:

- оптових скидок (чим більша партія, тим нижча ціна одиниці товару один компакт диск є дорожчим, ніж один із 10 в одній упаковці);
- кумулятивних скидок (місячні картки для проїзду у громадському транспорті).

Цінова дискримінація третього ступеня є найбільш поширеною. Вона являє собою продаж товару за різними цінами групам покупців з різною

еластичністю попиту. Дана форма цінової дискримінації запроваджується при умові можливості виділення окремих груп споживачів з різною еластичністю попиту, тобто сегментації ринку. Припустимо, на ринку чітко виділяються дві групи споживачів - з вищою еластичністю попиту (рис.1.5б) і з нижчою еластичністю (рис.1.5а). Крива галузевого попиту, яку отримують шляхом горизонтального додавання кривих попиту окремих сегментів, є ламаною лінією. В точці її перегину крива граничної виручки має розрив.

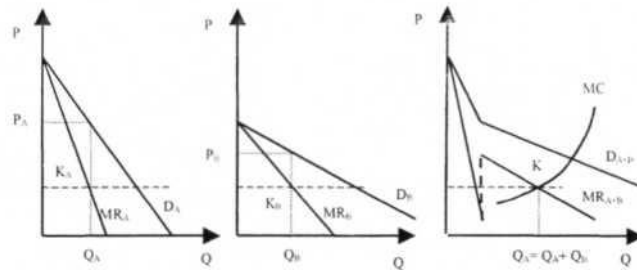


Рис. 1.5. Цінова дискримінація третього ступеня

Для максимізації прибутку монополісту необхідно випускати обсяг Q_M , який відповідає умові $MRA+B = MC$. Рівність граничних витрат як на сукупному ринку, так і на окремих його сегментах передбачає встановлення різних цін для споживачів з різною еластичністю попиту. Для покупців з нижчою еластичністю пропонується вища ціна P_A , для покупців з вищою - менша P_B . Сума обсягів продажу на окремих сегментах повинна відповідати обсягу Q_M .

Приклади ЦД 3 :

- а) різні ціни для туристів і бізнесменів на ринках авіаперевезень;
- б) знижки для студентів, пенсіонерів на залізничному транспорті;
- в) знижки студентам, дітям в кінотеатрах.

Розділ II. Базові теорії ринку монополії

На початку XX ст. існували проблеми, пов'язані зі всеосяжним процесом переходу від економіки вільної конкуренції до переважно монополістичної. Наслідком посилення монополістичної організації бізнесу і господарського життя стала світова економічна криза, що тривала протягом 1929-1933рр.

Проблема співвідношення монополії і конкуренції встала дуже гостро. Економісти всього світу не могли обійти цю цікаву тему. З'явилося багато робіт, в яких давалися різні оцінки взаємин монополії і конкуренції.

Р. Гільфердінг (1877-1941рр.) в "Фінансовому капіталі" стверджував, що особливо сильні банківські монополії, і що в результаті схрещування банківського і промислового капіталів утворюється "фінансовий капітал", а на зміну капіталізму і вільної конкуренції приходить "фінансовий капіталізм". Міжнародні монополії утворюють світове господарство таким чином, що усувається суперництво між країнами, як економічне, так і політичне.

К. Каутський (1854-1938рр.) вважав, що особливо сильні є промислові монополії. У різних країнах, прагнучи захопити і поділити світові ринки, промислові монополії утворюють єдиний світовий картель. Всесвітній картель забезпечує планомірне регулювання світового господарства.

В.І. Ленін (1870-1924рр.) вважав, що панування монополій загострює протиріччя капіталізму. Монополістична конкуренція набагато більш жорстке явище, ніж вільна конкуренція, так як розміри конкуруючих підприємств величезні, а втрати руйнівні. Панування монополій, з іншого боку, викликає застій в технічному прогресі, так як немає стимулів до оновлення виробництва, звідси недовантаження потужностей, знищення продукції, для підтримки монополією високих цін, що в свою чергу гальмує розвиток продуктивних сил. В кінцевому підсумку неминуча соціалістична революція і заміна капіталізму більш прогресивним суспільним ладом.

У теоріях економістів початку XX ст. спостерігається протиставлення монополії і конкуренції, робляться прогнози про глобальні зміни в економічному житті, які стануться в результаті панування монополій.

Але на початку 20-х років ХХст. погляди вчених змінилися.

И. Шумпетер (1883-1950) стверджував, що монополії це крупні фірми, які органічно включають в себе підрозділи, що піклуються про впровадження НТП. Виникає "ефективна монополія" що стає джерелом економічного зростання і технічного прогресу, вона ґрунтується на зниженні витрат виробництва і підвищенні якості продукції.

Проблеми недосконалого ринку, представленого монополізованими структурами господарюючих суб'єктів майже одночасно розглянули в своїх роботах професор Гарвардського університету' Е. Чемберлін ("Теорія монополістичної конкуренції") і професор Кембриджського університету Дж.Робінсон ("Економічна теорія недосконалої конкуренції"). Обидва автори виходять з того, що ринкова ціна складається не при колективних діях учасників ринку. Основну причину порушення рівноваги в економіці як і раніше розглядають в "категоріях" і "законах" економічного середовища. Обидва автори змогли показати головне: володіючи величезною життєвою силою, конкуренція - будь то монополістична, або недосконала - неодмінно потребує створення механізму, який забезпечував би й гарантував її збереження.

Одне з основних положень книги Е. Чемберліна полягає в тому, що головною умовою оволодіння ринку, або, інакше кажучи, суттю монополій є контроль над пропозицією, а значить над ціною, який досягається посиленням взаємозамінності конкуруючих товарів, тобто "диференціацією продукту". Е. Чемберлін стверджував, що чистої конкуренції на ринку не буває, що в реальному житті кожен продавець того або іншого товару в чомусь монополіст. Диференціація продукту веде до того, що конкуренція за залучення покупця зберігається, а існування товарів субститутів, обмежує можливості монополіста по підвищенню ціни. Отже, монополістична конкуренція дозволяє ринковій економіці найбільш ефективно розвиватися без втручання держави.

Дж. Робінсон розробила теорію недосконалої конкуренції. Вона вважала, що конкуренція є досконалою тільки тоді, коли ніхто з виробників не

може впливати на рівень цін на ринку через обсяг продажів своєї продукції. Великі монополії можуть сильно впливати на ціни, в цьому джерело їх збагачення. Така ситуація

породжує недосконалу конкуренцію, монополії маневрують цінами в часі і просторі, чуйно реагуючи на зміну попиту у різних категорій покупців. Єдиний ринок ділиться на сегменти, і по відношенню до різних сегментів монополії проводять різну цінову політику. Це явище отримало назву "цінова дискримінація". Дж. Робінсон робить висновок, що порушується вільне ціноутворення і монополія за рахунок цього має можливість збільшувати обсяг випуску продукції і відповідно збільшувати власний дохід. Для усунення цієї несправедливості необхідне втручання держави.

Дослідження різних ринків, де функціонують монополні утворення, зрештою мають однозначно з'ясувати, хто конкретно може вважатися монополістом, якою часткою ринку повинне володіти підприємство, щоб істотно впливати на нього у власних інтересах.

У загальному вигляді ринки досліджуються у три етапи. На першому етапі здійснюється попереднє вивчення: проводиться сегментація ринку, визначається його тип (монополія, олігополія і т.д.), межі і місткість; крім того, аналізується вплив державного регулювання на роботу підприємств. На другому етапі вивчаються показники, що характеризують ситуацію на ринку, рівень його концентрації та монополізації. На третьому етапі формулюються узагальнені оцінки, здійснюється підготовка висновків та пропозицій з демонополізації ринку.

У вітчизняній та світовій практиці для визначення рівня монополізму використовується три методи, а саме:

- метод розрахунку частки підприємця на ринку;
- метод розрахунку частки фіксованої кількості підприємств;
- метод визначення рівня монополізму за допомогою індексу Харфіндела- Хіршмана (IХХ).

Харфіндела- Хіршмана (IХХ).

Перший та другий методи дають змогу виділяти частини досліджуваного ринку для характеристики ступеня його монополізації, оцінки

монопольної влади окремого підприємства, третій метод враховує розміри часток усіх підприємств, які діють на ринку.

Сутність методу розрахунку частки підприємця на ринку полягає у визначенні частки підприємства на конкретному ринку і наступному порівнянні одержаного результату із законодавчо встановленою граничною часткою, перевищення якої дає підставу вважати підприємця монополістом. Перевага методу є його простота і можливість швидко провести необхідні розрахунки.

Щоб розрахувати частку підприємця на ринку, визначають обсяг ринку товару певного найменування як суму обсягів його надходжень від вітчизняних виробників (мінус експорт) та його імпорту; монопольне становище підприємства визначається відношенням обсягу даного товару, який поставляється ним на вітчизняний ринок, до загального обсягу ринку цього товару. Як відомо, згідно з українським законодавством, монопольним визначається становище підприємця, частка якого на ринку того чи іншого товару перевищує 35%. Для регіональних ринків, а також за відсутності даних про експорт - імпорт обсяг ринку товару розраховується без їх обліку. В оцінці обсягу ринку використовуються натуральні та вартісні показники, що усуває необхідність враховувати рівні інфляції протягом аналізованого періоду. Вартісні показники застосовуються тоді, коли використання натуральних показників не дає змоги визначити ринки укрупнення груп товарів, які є взаємозамінними. Основний недолік методу пов'язаний з необхідністю використовувати граничну частку підприємця на ринку, що не враховує специфіку кожної галузі і встановлюється як єдина, усереднена величина для всіх галузей в економіці країни; до того ж значні зміни платоспроможного попиту й активізації останнім часом експортної політики багатьох підприємств зумовлюють істотні коливання їхніх часток на національному ринку. Отже, виключення величини експорту, передбачене методикою, у таких випадках може викривати справжню картину, бо підприємство, яке має в національному ринку продукції частку продажів, наприклад, 15 - 30 %, а загальний обсяг її виробництва перевищує 35%, неправомірно опиниться

серед монополістів.

Визначаючи монополіста на ринку певного товару, необхідно враховувати не лише підприємства, які його виробляють і самостійно реалізують, а й комерційні структури, що реалізують цей товар на даному ринку, незалежно від того, де він придбаний. Використання взаємозапікових схем у розрахунках між підприємствами і робота на давальницькій сировині на сьогоднішній день дозволяють комерційним фірмам реалізовувати ту чи іншу продукцію за істотно нижчими цінами, порівняно до безпосередніх виробників.

Методом розрахунку частки фіксованої кількості підприємств визначається концентрація ринку, тобто ступінь переважання на ньому кількох великих підприємств. Показником, застосованим у вимірюванні концентрації ринку, є коефіцієнт концентрації N фірм. Він показує процентне співвідношення обсягів продажу продукції певною кількістю підприємств із загального обсягу продажів цієї продукції на ринку.

У Великобританії, Франції та ряді інших європейських держав широко використовується показник концентрації трьох фірм, який являє собою процентну частку трьох найбільших підприємств, що діють на ринку, у загальному обсягу ринку. Якщо на ринку функціонують тільки три фірми, то вони поставлятимуть усі 100% загально ринкової продукції. Коли ринок є абсолютно конкурентним, то найбільші три фірми матимуть незначну частку загального ринку продукції.

Антимонопольне законодавство Німеччини характеризує коефіцієнт концентрації N фірм поняттям «домінуючого становища фірми» на ринку. Наприклад, домінуюче становище підприємства виникає, коли на одне підприємство припадає більш як третина усього обороту ринку, або на три чи менше підприємств припадає більш як половина загального обороту, або на п'ять підприємств припадає більш як дві третини обороту.

У зв'язку із своєю дискретністю розрахунок коефіцієнта концентрації N фірм має певні недоліки. По - перше, він дає змогу характеризувати не усю сукупність підприємств та її структуру, а лише позиції найбільших учасників

ринку, що знижує точність оцінки. По - друге, не враховується різниця між тими ринками, де діє одна домінуюча фірма, і тими, де діють три чи кілька великих фірм на приблизно паритетних засадах (наприклад, ринок, на якому одна фірма контролює 73%, а решта 27 фірм - по 1% , матиме такий самий коефіцієнт концентрації трьох фірм, як і той, де три фірми контролюють 25 % кожна). Та все ж таки відносна легкість проведення необхідних розрахунків зумовила широке використання цього методу для аналізу рівня монополізації ринку.

Метод вимірювання концентрації ринку за допомогою індексу Харфіндела - Хіршмана дозволяє подолати недоліки попереднього методу. Індекс являє собою суму квадратів частки кожною з підприємств, яке діє на ринку. Із збільшенням концентрації ринку величина індексу зростає, досягаючи максимального значення 10000 для повної монополії.

Відповідно де законодавства США, ринок розглядається як високо конкурентний, коли ІХХ є меншим за 1000. Якщо значення ІХХ лежить між 1000 і 1800, тоді ринок може розглядатися як потенціально конкурентний; оскільки в цьому разі він не є високо конкурентним, виникає загроза можливого зловживання з боку підприємств у встановленні цін. Коли значення ІХХ перевищує 1800, тоді ринок вважається досить концентрованим і з'являється небезпека встановлення монопольних цін, що вимагає пильної уваги антимонопольних органів.

Розрахувати ІХХ можна також через коефіцієнт варіації часток підприємств

на ринку (V) і кількість підприємств (n):

$$IHX = 10000 * (V^2 + 1)/n.$$

Користуючись цією формулою, можна проводити факторний аналіз динаміки концентрації, розмежовуючи вплив нерівномірності розподілу і коливань чисельності підприємств на ринку. Такий аналіз, здійснений західними економістами, показав, що в економіці розвинутих країн простежується стала тенденція до деякого скорочення кількості підприємств

і водночас вирівнювання позицій фірм, що залишилися на ринку. Результатом цього процесу є збереження і навіть зниження існуючого рівня монополізму.

Розглянуті вище методи визначення рівня монополізму можуть бути використані з різними цілями. Так, за допомогою першого методу Антимонопольний комітет України виділяє монополіста на ринку, щоб у наступному впливати на нього або на ринкову ситуацію. Монополістом може бути визнаний підприємець, який має ринкову владу, хоча його частка на ринку менша за 65%. У випадках коли підприємство перебуває у складному фінансовому становищі, Антимонопольний комітет має право виключити його з переліку монополістів. На мою думку, в антимонопольному законодавстві слід передбачити строки такого виключення.

Другий і особливо третій методи дають змогу проводити аналіз монополізованого ринку, характеризувати основні тенденції у розвитку його структури, одержувати прогнозні оцінки і зрештою визначити пріоритетні напрями антимонопольного регулювання.

Кожен з трьох методів визначає лише один бік монопольного ринку - його структуру. Інший бік, а саме ринкову поведінку підприємств, кількісні методи не характеризують, вони тільки констатують конкретну ситуацію на монопольному ринку у певний момент часу і не завжди дають змогу одержати вичерпні відомості про використання підприємствами свого монопольного становища.

Не менш важливо, досліджуючи рівень монополізму, вивчити систему ціноутворення, визначити питому вагу кожного підприємства у загальному обсягу прибутку ринку і рентабельність товару кожного підприємства у порівнянні з середньою рентабельністю.

З огляду на механізм дії конку рентного середовища на рівень цін і прибутку підприємств, можна вважати, що зниження рівня монополізму на ринку певного товару має супроводжуватися зниженням цін і, відповідно, середньої рентабельності товару всіх учасників цього ринку. Наявність такої залежності простежується на прикладі ринку тонкостінних з вуглецевої сталі

електрозварних труб діаметром до 114 мм. (Табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Ринок тонкостінних з вуглецевої сталі
електрозварних труб діаметром до 114 мм. ВАТ
«Нижньодніпровський трубопрокатний завод»

Показники	Значення			
		1995 р.	1996 р.	1997 р.
Частка підприємства, яке має найбільшу владу на	5,9	47,3	45,6	41,4
Коефіцієнт концентрації трьох	8,4	192,2	91,4	78,6
IХХ		3125	3202	2636
Середня рентабельність ринку	6,8	118,7	20,9	11,4

Піднесення рівня монополізму у 1996 р. проти 1994 р. супроводилося підвищенням середньої рентабельності, а спад рівня монополізму у 1997 р. збігається із зниженням середньої рентабельності ринку. Зменшення частки підприємства, яке займає найбільшу частку ринку, коефіцієнта концентрації трьох фірм та IХХ у 1997 р. свідчить про підвищення рівня конкуренції ринку.

Так у 1995 - 2000 рр. загальна кількість малих підприємств зростає більше ніж у 2 рази.

Розділ III. Теоретичні засади вибору стратегій на монополізованих ринках в Україні.

Однією з основних передумов побудови ефективного ринку є економічна конкуренція. Україна оголосила про перехід до ринкової економіки у 1991 р.,

коли частка монопольного сектора становила 100 %. Головним методом боротьби з явищем монополізації було визнано приватизацію. Проте її наслідком стала зміна власника підприємства без зміни методів управління. Тобто, від державного власника монополія перейшла до приватного. Зауважимо, що частка монопольного сектора за період з 1991 до 2001 року зменшилася й у 2001 р. становила вже 40 %. Але що стоїть за цими 40 %? Перш за все це — природні монополії (залізничний транспорт, житловокомунальне господарство тощо). Окрім цього, існують ринки, де монополія підтримується або навіть створюється необ'єктивними факторами, наприклад, побудовою вхідних перешкод через лобіювання законів. У Конституції України (стаття 42) записано, що держава захищає економічну конкуренцію. Для боротьби з монополізацією було прийнято низку законів про захист економічної конкуренції, створено Антимонопольний комітет. Однак усе це — фактори юридичного характеру. Але явище монополій є за своєю суттю економічним.

Монополізацію української економіки досліджували українські автори, але доволі обмежено. Так, В. Полуянов, проаналізував промисловість з точки зору її монополізації державою однак зосередився лише на промисловості східного регіону (особливо Донецької області) у 2001 р. Аналіз економічної конкуренції на залізничному транспорті, проведений Т.А. Мукміною, можна піддати сумніву через необґрунтованість деяких показників (наприклад, порогові значення індексу Герфіндаля-Гіршмана перевищують майже вдвічі загальноприйняті). Загалом проблема монополізованості економіки України як економічного явища залишається маловивченою.

Можна зазначити, що певні чинники призвели до надмірної монополізації в Україні, серед них є такі:

1. Природні причини та адміністративні фактори.

2. Приватизація більшості радянських монопольних утворень, в результаті якої попри зміну власника, методи господарювання не змінилися (утворилися приватні монополії).

3. Високі вхідні перешкоди, що підтримуються монопольною владою (значна фондомісткість і обмеженість ресурсів).

4. Протекціоністська політика під гаслами розвитку національного виробника, що сприяє посиленню позицій саме одного українського виробника (прикладом може слугувати автомобілебудування).

Визначення впливу монополій на економіку в цілому є дуже важливим і водночас вкрай складним завданням, що потребує значного масиву статистичної інформації. Основним методом розрахунку суспільних втрат є значення обсягів надприбутку монополії, отриманого внаслідок перевищення фактичної ціни над конкурентною. Якщо розглядати ринок залізничних перевезень, то, знаючи цінову еластичність попиту⁷ з дослідження на цьому ринку, було вираховано суспільні втрати від монопольної влади за допомогою індексу Лернера (табл. 2).

Із табл.2 випливає, що суспільні втрат зростають зі зменшенням еластичності попиту. У періоди, коли на ринку залізничних перевезень спостерігався нееластичний попит (1999-і 2001 роки), суспільні втрати становили надзвичайно велику частку від ВВП (12,6 % і 15,8 % відповідно).

Таблиця 2

Суспільні втрати від монополії на ринку залізничних перевезень за 1998-2001 рр.

Показник	1998	1998	1998	1998
Індекс Лернера	0,76	0,76	0,76	0,76
DWL (суспільні втрати), мли	1735,	1735,	1735,	1735,
% від ВВП	1,69	1,69	1,69	1,69

АМКУ було проведено порівняльне дослідження стану ринків товарів і послуг, вироблених в Україні в умовах «чистої» монополії, індивідуального

домінування, олігополії і на ринках з конкурентною структурою [6]. Виявилось, що співвідношення часток цих товарів і послуг відповідає структурі економіки США у 1939 р. Основною причиною такого монопольного стану в Україні є те, що концентрація частини монополізованих товарних ринків в Україні зумовлена природними причинами та адміністративними факторами.

В Україні ринками, де домінують природні монополії є:

- електроенергетика (високовольтні мережі, центральне диспетчерське управління, обленерго);
- зв'язок (телефонні мережі, послуги пошти);
- транспорт (залізниці, порти, аеропорти, трубопроводи);
- житлово-комунальні послуги (водоканали, централізовані системи тепlopостачання).

Найпоширенішими є регіональні монополії, основу яких становлять насамперед суб'єкти житлово-комунального господарства, виробники та розподільвачі електроенергії. Зі 100 % загальної кількості монополій лише 8 % загальнодержавні, решта — регіональні

Проблему монополізації промисловості важко переоцінити, адже металургійні гіганти і досі виробляють левову частку чавуну, сталі, сталевих труб і особливо феросплавів. У гірничо-металургійному комплексі ДАК «Укррудпром» виготовляє 70 % товарної продукції гірничо-збагачувальної галузі, стільки ж залізородного концентрату і понад 50 % залізородних ковтунів

Окрім підприємств, що входять до житлово-комунального господарства, і «Укрзалізниці», найбільшим природним монополістом є «Укртелеком». На телекомунікаційну галузь припадає 5 % ВВП. Причому 43 % валового доходу приносять міжміські та міжнародні дзвінки. «Укртелеком» разом із «Утелом» займає 95 % саме цього найзначущішого сегмента ринку. Частка місцевих ліній зв'язку у загальній виручці становить 25 %, хоча цей сектор телекомунікаційного ринку обслуговує понад 500 компаній. Тобто монополізація ринку відбувається у найприбутковіших секторах.

Але в Україні монополії можуть бути не лише природними чи такими, що ще залишилися з радянських часів, а й створені під гаслами захисту національного виробника або внаслідок розподілу влади між різними фінансово-промисловими групами, або інших зацікавлених сторін, які вміють «захистити» свої інтереси у Верховній Раді України. Хоча такі монополійні утворення виникли вже в умовах переходу до ринкової економіки, тобто вони не є соціалістичними, показники їхньої суспільної ефективності вкрай низькі, адже у процесі їх утворення ринок участі не брав. На багатьох таких ринках ціни завищені, якість продукції невисока, асортимент одноманітний. Тобто, головної шкоди знову ж таки завдано споживачеві. Виникають ще й додаткові ускладнення, якщо справжнього власника приватних монополій чітко не ідентифіковано, внаслідок чого невідома реальна потужність новоутворення. Крім того, багато із названих суб'єктів господарювання створили навколо себе величезну інфраструктуру, здатну кваліфіковано відстоювати інтереси власників (юридичні та консалтингові компанії, засоби масової інформації тощо). Монополізацію ринку нафтопродуктів є питанням неоднозначним.

Найімовірніше, тут має місце олігополію, бо в Україні працює шість нафтопереробних заводів, три найбільші нафтові компанії ТНК, «Лукойл» і «Таткафта». З кожним із НПЗ і ПК співпрацює 20-50 комерційних структур, зокрема давальців, посередників, джокерів тощо. Проте можливість надмірної концентрації все ж таки існує, адже АМКУ постійно перевіряє нафтові компанії, особливо російські. Так, за даними 2002 р. російські НК спільно контролювали близько 30 % ринку роздрібною реалізацією нафтопродуктів. У 2003 р. було перевірено виробництво ПММ. Отримані результати підтвердили, що після приходу в Україну іноземних інвесторів монополізації виробництва ПММ і відповідних регіональних ринків роздрібною торгівлі нафтопродуктами не відбулося. З більш ніж 5000 АЗС лише близько чверті належить великим брендовим мережам. Крім того, нафтовики не в змозі диктувати ціни українським роздрібним грейдерам в умовах, коли розростаються джоберські мережі. Роздрібну ціну формують власники АЗС, три чверті з яких не входять до складу брендів компаній.

Розділ IV. Антимонопольне регулювання в Україні.

На сьогодні антимонопольні закони діють майже у всіх розвинених країнах. Так, в Україні основним антимонопольним законом є Закон “Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності” від 15.03.1992 року. Стаття перша цього закону:

«...Монопольним визнається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару перевищує 35 відсотків. Рішенням Антимонопольного комітету України може визначатися монопольним становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару менше 35 відсотків; монопольна ціна - ціна, яка встановлюється суб'єктом господарювання, що займає монопольне становище на ринку, і призводить до обмеження конкуренції або порушення прав споживача; (Абзац восьмий статті 1 із змінами, внесеними згідно із Законом N 154/9R-ВР від 03.03.98 1 монопольна діяльність - дії (бездіяльність) суб'єктів господарювання за умови монопольного становища на ринку одного суб'єкта господарювання (групи суб'єктів господарювання) у виробництві та реалізації товарів, а також дії (бездіяльність) органів державної влади, органів місцевого самоврядування та органів адміністративно- господарського управління та контролю, спрямовані на недопущення, істотне обмеження чи усунення конкуренції; монопольне утворення - підприємство, об'єднання чи господарське товариство та інше утворення, що займає монопольне становище на ринку...»

Одне з основних питань, що виникає при застосуванні антимонопольного законодавства як ідентифікувати галузі, котрі є об'єктом цього законодавства.

“Структуристи” вважають, що галузь, яка має монополістичну структуру, і поводить себе як монополіст.

Оцінюючи поведінку фірм на ринку, слід брати до уваги такі аспекти їхньої діяльності:

чи можуть фірми блокувати входження конкурентів на ринок; чи зустрічають вони конкуренцію з боку імпорту (а існуюча в світі тенденція зростання транснаціональної конкуренції веде до зменшення ризику

застосування державою антимонопольного законодавства. Мета держави в ринковій економіці не коригувати

До функцій, виконуваних державою, насамперед належать ті, що впливають на :

- створення і регулювання правової основи функціонування економіки;
- антимонопольне регулювання;
- проведення політики макроекономічної стабілізації;
- розміщення ресурсів;
- діяльність у сфері розподілу доходів;
- діяльність держави як суб'єкта майнових відносин.

Така класифікація досить умовна, оскільки на практиці всі функції є взаємозалежними і діють у комплексі.

Саме на державі лежить відповідальність за створення законів і правил, що регулюють економічну діяльність, а також контроль за їх виконанням. Створення законодавчої бази це встановлення правил поведінки економічних агентів, юридичних принципів економічного спілкування, яких зобов'язані дотримуватися у своїх діях всі економічні агенти: виробники, споживачі та власне держава. В колі цих правил можна виокремити законодавчі та нормативні акти, що захищають права приватної власності і визначають форми підприємницької діяльності, умови функціонування підприємств, їхні взаємовідносини між собою і державою.

Законодавство про захист економічної конкуренції являє собою пакет законів, що виступає як засіб підтримки державою балансу між конкуренцією і монополією, встановлення офіційних "правил гри" на ринку. Конкретний характер і зміст антимонопольного законодавства в різних країнах мають свої особливості, однак можна виділити загальні для всіх країн основи цього законодавства: охорона і заохочення конкуренції, контроль над фірмами, що посідають пануюче положення на ринку, контроль над цінами, захист інтересів споживачів, захист інтересів і сприяння розвитку середнього і малого бізнесу.

Сучасне конкурентне законодавство має два принципових напрями: контроль за цінами і контроль за злиттям компаній і заборонає, насамперед, угоди за цінами. Законом переслідується демпінгова практика продажів, коли фірма навмисно встановлює нижчі ціни, аби усунути конкурентів.

Державне регулювання діяльності природних монополій має тривалу, понад столітню історію. Щоб поліпшити функціонування діяльності природних монополій у різний час учені запропонували, а уряди застосували чотири типи стратегій :

- перебування підприємств-природних монополістів у державній власності;
- переведення цих підприємств у приватну власність;
- створення державних органів (комісій) для регулювання діяльності підприємств-природних монополістів;
- використання механізмів спеціально стимульованої конкуренції.

Рис.3.1 Стратегії поліпшення функціонування діяльності природних монополій



Не викликає сумніву думка, згідно якої форма власності має значно менше значення, ніж система регулювання відповідних галузей. Монополії, незалежно від того, перебувають вони у приватній чи державній власності, однаково безвідповідальні перед споживачами, оскільки не мають конкурентів у встановленні стандартів ефективності та покращанні функціонування. Тому у багатьох країнах великі надії покладають на комісії з

регулювання діяльності підприємств-природних монополістів, які покликані контролювати правильність ухвалення рішень щодо цін, витрат та якості продукції підприємств-природних монополістів.

На сьогодні у рамках стратегії використання спеціально стимульованої конкуренції у сфері природних монополій відомі два підходи: організування так званого вільного доступу до основних засобів підприємств-природних монополістів та організування торгів за виняткові права (франшизу) на експлуатування основних засобів цих підприємств.

Ідея вільного доступу до основних засобів підприємств-природних монополістів базується на таких засадах: якщо хтось є власником об'єкта, що за своїм типом належить до об'єктів природних монополій, то він (власник) повинен дати змогу іншим учасникам ринку використовувати цей об'єкт. Однак, вільний доступ не є панацеєю від подолання негативних наслідків природної монополії, оскільки ускладнюється фінансування розвитку об'єктів природної монополії.

Якщо природна монополія не передбачає виникнення конкуренції, то її можна створити на етапі надання прав господарської діяльності у сфері, яка належить до природної монополії. Тобто конкурують не за споживача (оскільки заздалегідь відомо, кому достачатимуть відповідну продукцію), а за право ексклюзивної діяльності. Перемагає підприємство, яке запропонує найкращі умови для споживачів: менша ціна, вища якість, більший набір послуг тощо. На відміну від звичайного аукціону, де перемагає учасник, що запропонує максимальну ціну за пропонований товар, на торгах за франшизу перемагає учасник, який пропонує постачати товар (надавати послуги) за найнижчою ціною у розрахунку на одиницю продукції. Конкуренцію при цьому підтримують тим, що фірму-переможця попереднього аукціону можна замінити під час наступного аукціону без серйозних проблем, пов'язаних з оцінюванням активів під час передавання їх новому переможцеві, оскільки основні виробничі споруди залишаються у власності держави, а решту активів порівняно легко можна продати чи купити на ринку основних засобів, які вже були у користуванні. Так, торги за франшизу у США дали змогу вирішити

проблеми з деякими природними монополіями краще, ніж інші способи регулювання. Це стосується перш за все вантажних автоперевезень, організації роботи місцевих авіаліній, поштової служби, роботи кабельних телевізійних мереж, а у деяких випадках роботи комунальних служб та залізниць.

Аналіз світового досвіду не дає однозначної відповіді на питання про оптимальність тієї чи іншої стратегії державного регулювання діяльності підприємств-природних монополістів. Кожна держава обирає стратегію залежно від технічного й економічного розвитку, національних традицій. При цьому фактично кожна стратегія державного регулювання діяльності природних монополій (ексклюзивна державна власність, приватна власність, наглядові комісії, механізми спеціально стимульованої конкуренції, зокрема вільний доступ і франшиза) може удосконалюватись .

Одним із параметрів регулювання діяльності природних монополістів є регулювання ціни на їхню продукцію (послуги). У цілому світі не припиняють шукати оптимальний метод регулювання ціни на продукцію природних монополістів. Найтривалішу історію застосування у цій сфері має підхід, який передбачає компенсацію у ціні продукції ретельно обґрунтованих витрат природного монополіста та отримання ним певного наперед визначеного, як правило, незначного прибутку. Загалом ці методи відомі під назвами "витрати плюс справедливий прибуток" або "встановлення граничного рівня рентабельності". Аналіз сутності методів регулювання ціни на продукцію природних монополістів типу "витрати плюс справедливий прибуток" показує, що, незважаючи на всі можливі удосконалення в частині нормування поточних і одноразових (інвестиційних) витрат, ці методи принципово не можуть стимулювати підприємства-природні монополісти раціоналізувати свою діяльність. Це дало поштовх до розроблення альтернативних методів, які б сприяли уникненню не зацікавлення у раціоналізації господарської діяльності підприємств-природних монополістів та можливості зловживань під час калькулювання витрат. У результаті в різних країнах світу було розроблено цілу низку методів, які базуються на основі принципу так званого

"заохочувального регулювання" .

Аналізуючи методи регулювання ціни на продукцію природних монополістів, обов'язково слід звернути увагу на специфічну особливість, що полягає у практиці цінової дискримінації установлення в певному пункті для різних груп споживачів різних цін на одну і ту ж продукцію. Є дві причини, що дають змогу встановлювати дискримінаційні ціни. По-перше, це є наслідок властивостей відповідної продукції, яку не можуть нагромаджувати споживачі- пільговики, щоб надалі перепродати. По-друге, можливість підприємств- природних монополістів встановлювати дискримінаційні ціни посилюється їх можливістю контролювати обсяги споживання продукції кожною групою споживачів. Загалом те, що природні монополісти застосовують цінову дискримінацію є далеко не однозначним явищем. З одного боку, така практика зацікавлює ці підприємства збільшувати обсяги виробництва продукції до суспільно-оптимального рівня, що створює передумови для уникнення "провалу ринку", пов'язаного з утратою частини ефекту (оскільки порівняно з умовами конкурентного ринку за умов монополії, коли немає цінової дискримінації, надлишок споживача є меншим, надлишок виробника більший, а сумарна величина надлишків виробника та споживача меншою). З іншого боку, цінова дискримінація, коли немає порівняно точної інформації про граничні ціни конкретних споживачів на продукцію природних монополістів, може зумовити ще більше загострення проблеми, які супроводжують монополізацію деяких видів господарської діяльності.

Закон України "Про природні монополії" відіграє основну роль у системі державного регулювання функціонування природних монополій в Україні.

Таким чином, в Україні формально дотримуються (без видимих успіхів) трьох Стратегій поліпшення функціонування діяльності природних монополій, а стратегія штучно стимульованої конкуренції (вільний доступ, франшиза) не застосовується. Наслідком такої ситуації є недосконала тарифна політика, яка дає можливість природним монополіям покривати свою

неефективність за рахунок споживачів, а державі перекладати свої функції із соціальної підтримки населення на суб'єктів підприємництва, які не можуть протистояти цьому (перехресне субсидування). Це свідчить про необхідність активізації зусиль, спрямованих на удосконалення державного регулювання діяльності природних монополій в Україні.

Предметом регулювання діяльності суб'єктів природних монополій згідно з Законом України “Про природні монополії є :

ціни (тарифи) на товари, що виробляються (реалізуються)

суб'єктами природних монополій;

доступ споживачів до товарів, що виробляються (реалізуються)

суб'єктами природних монополій;

інші умови здійснення підприємницької діяльності у випадках, передбачених законодавством.

Державне регулювання діяльності суб'єктів природних монополій здійснюється на основі таких принципів:

гласності та відкритості процедур регулювання; адресності регулювання, його спрямованості на конкретний суб'єкт природної монополії;

самоокупності суб'єктів природних монополій;

стимулювання підвищення якості товарів і задоволення попиту на них;

забезпечення захисту прав споживачів.

При регулюванні цін (тарифів) на товари суб'єктів природних монополій враховуються:

витрати, які згідно з законами про оподаткування відносяться на валові витрати виробництва та обігу;

податки і збори (обов'язкові платежі) до бюджетів та до державних цільових фондів;

вартість основних виробничих фондів. амортизаційні відрахування, потреби в інвестиціях, необхідних для відтворення основних виробничих фондів;

очікуваний прибуток від можливої реалізації товарів за різними цінами (тарифами);
віддаленість різних груп споживачів від місця виробництва товарів;
відповідність якості товарів, що виробляються (реалізуються), потребам споживачів;
державні дотації та інші форми державної підтримки.

Органи, які регулюють діяльність суб'єктів природних монополій, при прийнятті рішень щодо такого регулювання враховують інформацію про діяльність суб'єкта природної монополії, надану об'єднаннями споживачів, суб'єктами природних монополій, іншими заінтересованими особами, про результати оприлюднення та відкритих слухань щодо зміни цін (тарифів) на товари суб'єктів природних монополій. Порядок оприлюднення інформації та відкритих слухань щодо зміни цін (тарифів) на товари суб'єктів природних монополій визначається тими органами, на які відповідно до Закону України "Про ціни і ціноутворення" покладається затвердження або регулювання цін (тарифів).

Звичайно, не можна заперечувати, що втручання держави в економічні процеси необхідне й визнається представниками різних економічних теорій. Загальновідоме висловлювання Дж.М. Кейнса про те, що "економіка, що сама коригується та ринок, що сам регулюється ілюзії і що тільки держава може допомогти уникнути стагнації, хаосу, катастрофічних спадів виробництва, а отже і соціальних катаклізмів" є теоретичним постулатом і підтвержене світовою практикою. Необхідність владного втручанням держави в економічні процеси зумовлюється різними причинами. Це і забезпечення ефективного розвитку економіки в цілому, і створення конкурентного середовища, і одержання коштів для загальнодержавного або місцевих бюджетів.

Ефективне державне управління економічними процесами є особливо важливим у кризових ситуаціях, при проведенні економічних реформ. Водночас, розвиток ринкової економіки вимагає зменшення використання

адміністративних методів управління в економічній сфері на користь економічних. Звичайно, оптимальне співвідношення державного управління і саморегулюючих ринкових механізмів складається поступово, шляхом поетапних реформ.

Проте слід пам'ятати, що ефективність державного втручання в економіку в умовах демократичного політичного режиму великою мірою залежить від правильного визначення сфер і ступеня такого втручання, що можливе тільки на основі узгодження інтересів держави, приватного сектора та громадян. Інакше прийняття державними органами економічно необґрунтованість і соціально незважених рішень може призвести до посилення економічних проблем і виникнення соціальних конфліктів.

Проблема оптимізації державного регулювання тарифів досі не була предметом спеціального дослідження в науковій літературі. Загальна постановка проблеми удосконалення тарифів та окремі економічні аспекти цієї проблеми досліджувались у роботах економістів. Дослідження проблеми неефективності державного регулювання тарифів на залізничні перевезення і формулювання пропозицій щодо шляхів вирішення цієї проблеми в контексті зміни підходів до державного регулювання в економічній сфері й у взаємозв'язку із загальним удосконаленням державного управління залізничним транспортом потребує свого вивчення.

Однією із сфер, в яких на сьогодні не можна відмовитися від державного втручання, є державне регулювання цін (тарифів) на продукцію (послуги) природних монополій, яке здійснюється відповідно до ст.8 Закону України "Про природні монополії". Зокрема, йдеться про державне регулювання тарифів на залізничні перевезення. Встановлення тарифів на залізничні перевезення відповідно до чинного законодавства здійснюється Кабінетом Міністрів України за поданням Міністерства транспорту та зв'язку України.

Звичайно, тарифна система, що існує на сьогодні у сфері залізничних перевезень, недосконала. Але є дві групи причин, які зумовлюють її неефективність. Перша пов'язана з недосконалістю формування тарифів. Друга з порядком витрачання надходжень від перевезень. Тобто, тарифна

система буде ефективною, якщо правильно сформувані тарифи і ефективно витратити кошти, які платять споживачі послуг залізниць. В іншому випадку, саме по собі підвищення тарифів не принесе бажаних результатів.

Варто, сподіватися, що майбутня робота з оптимізації тарифів створеної Кабінетом Міністрів Міжвідомчої комісії, до складу якої увійдуть керівники профільних міністерств та відомств, народні депутати та промисловці, принесе позитивні наслідки. Подібна структура існує, наприклад, у Російській Федерації і довела свою життєздатність. Однак саме по собі створення міжвідомчої комісії не вирішить проблеми тарифів. Головне загальні підходи до вирішення проблем, зокрема, у зміні підходів до формування тарифів на залізничні перевезення. Так, виникає питання про введення урядом “пом’якшуючих” коефіцієнтів на ті види товарів, виробництво яких має найменшу рентабельність. Звичайно, при встановленні тарифів на перевезення окремих видів вантажів потрібен диференційований підхід. Тарифні ставки на перевезення окремих видів вантажів повинні відрізнятися, наприклад, залежно від видів вантажних перевезень, особливостей перевезення та інших факторів, які впливають на собівартість перевезень. Але в даному випадку існує небезпека знову піти старим шляхом вирішення проблем однієї галузі за рахунок другої, що тягне ланцюгову реакцію і в кінцевому підсумку посилює кризові явища в економіці. Комісії слід було б на основі принципу прозорості і економічного підходу (зокрема, встановлення транспортної складової у перевезеннях) виробити науково обґрунтованість механізм вироблення тарифів, якого на сьогодні не існує. Цей механізм повинен бути втілений у формі нормативно-правового акта, який встановив би порядок встановлення тарифів на залізничні перевезення, що дозволило б прогнозувати їх можливі зміни.

Оптимального державного регулювання тарифів не можна досягти без вирішення добре відомої проблеми пільг. Звичайно, держава не може повністю відмовитися від надання пільг. Але пільги мають бути економічно і соціально обґрунтованість, з визначенням джерел відшкодування і закладенням у відповідні бюджети коштів на компенсацію збитків

Укрзалізниці від їх надання. Зокрема, пільги на вантажні перевезення, надані державою господарюючим суб'єктам, щодо яких здійснюється протекціоністська політика, повинні відшкодовуватись із державного бюджету. Якщо ж бюджет не може собі цього дозволити, пільги повинні бути скасовані. Тобто насамперед слід відшукати бюджетні кошти, а потім надати пільги.

Особливо гостро проблема пільг стоїть у сфері пасажирських перевезень. У даний час існує більше 50 видів пільг на проїзд у пасажирському залізничному транспорті. Відповідно до ст.9 Закону України “Про залізничний транспорт” для захисту інтересів окремих категорій громадян на пасажирських перевезеннях, в тому числі приміських, можуть призначатися пільгові тарифи. Ця стаття передбачає відшкодування збитків залізничного транспорту від їх використання за рахунок державного або місцевих бюджетів залежно від того, яким органом прийнято рішення. Тобто, пільги на проїзд пасажирів: у залізничному транспорті далекого слідування повинні компенсуватись з державного бюджету, у приміському сполученні з місцевих бюджетів.

Отже, потрібно визнати, що за рахунок підвищення тарифів на вантажні перевезення покриваються не тільки транспортні витрати, а й збитки від пасажирських перевезень.

Таким чином, іншою групою причин неефективності тарифної політики є неефективність самої галузі і державного управління нею. Сама по собі наявність перехресного субсидування свідчить про застосування адміністративних методів перерозподілу фінансових потоків. Отже, реформування вимагає не просто тарифна система. Зробити її ефективною можна тільки внаслідок поступової структурної реформи залізничного транспорту і формування оптимального державного регулювання у цій сфері. Це підтверджується світовим досвідом.

Висновки:

Сучасна економічна теорія розглядає також кілька видів монополістичних етапів: чиста монополія, олігополія, монопсонія, олігопсонія.

Взагалі слово “монополія” зазвичай асоціюється лише з негативними наслідками для суспільства, але є певні види монополій, усунення яких лише зашкодить прогресу суспільства, тому держава не лише не усуває їх, а навпаки, сприяє їм. Це монополія на результати винахідництва, іншу творчу діяльність, а також на використання товарних знаків.

До завоювання підприємцями монопольного становища на ринку ведуть такі основні шляхи, як конкуренція виробництва і централізація виробництва і капіталу.

Умови й особливості виникнення монополій безпосередньо пов'язані з рядом умов, за якими монополія існує. Серед них: відсутність досконалих замінників, відсутність можливості вільного входу на ринок (в галузь), тобто наявність вхідних бар'єрів (наявність у підприємств-монополістів патентів на продукцію чи застосовувану при її виробництві технологію; існування державних ліцензій; контроль монополістом джерел необхідної сировини чи інших спеціальних товарів; наявність значної економії на масштабі і т.д.). Монопольного становища на ринку фірма може досягти за допомогою заходів недобросовісної конкуренції (“грабіжницьке ціноутворення”, “бійцівська марка”, “неціновий грабіж” і т.д.).

Ще одним поширеним шляхом досягнення монопольного становища є змова між кількома великими фірмами.

Процес монополізації економіки має як позитивні так і негативні наслідки, проте ніхто не заперечує, що недоліків у монополії значно більше, і перший з них - практика встановлення монопольних цін, такі ціни створюють додаткові прибутки монополістам, а покупці змушені купувати товари за цінами вищими, ніж за умов конкурентного ринку. Існує й така точка зору, що монополія веде до гальмування науково-технічного прогресу.

Щоб запобігти деяким з цих негативних наслідків, держава змушена

проводити антимонопольну політику, до складу якої входить видання актів, законів, обмеження сфер впливу монополістичних об'єднань. Основними обов'язками держави у її діяльності щодо проведення антимонопольної політики є створення антимонопольного законодавства, яке б регулювало діяльність вже існуючих монополій, а також прийняття законів, які б не допускали антиконкурентних дій, а також передбачали відповідальність за недобросовісну конкуренцію.

Щодо ринків, на яких діють монополії, окрім ринків природних монополій (залізничний транспорт, зв'язок), монополізованими є гірничо-металургійний комплекс і автомобілебудування. Також за певних аспектів висококонцентрованими є агропромисловий комплекс, ринок нафтопродуктів і мобільний зв'язок. Це все приклади загальнодержавних монополій. Проте найпоширенішими є регіональні монополії. Це стосується перш за все суб'єктів житлово-комунального господарства.

Формування антимонопольної політики держав світу почалося з того, що навколо них формувалась негативна громадська думка, яка вимагала захисту споживачів від свавілля монополістів, обмеження діяльності останніх.

Необхідність антимонопольного законодавства та практики зарубіжних країн не викликає сумнівів, адже досвід України в цій галузі вимірюється в 6-10 років, в той час як багато інших держав працюють в цій сфері вже десятки років.

Українським законодавцем треба працювати, враховуючи іноземний досвід, а також розробити свої нові методи боротьби зі споживанням монопольним становищем, а також недопущенням та попередженням створення монополій.

Таким чином, не дивлячись на різноманітні недоліки та переваги, конкуренція є найважливішою умовою існування ринку з моменту його виникнення і появи національних ринків, коли товарне виробництво почало охоплювати всю економіку, а товарно-грошові відносини стали всезагальними. Тому в умовах конкурентної боротьби велика увага приділяється цілям підприємства, а саме: задоволенню потреб споживачів та

рівню ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства. Динаміка обох цілей полягає у пошуку і реалізації конкурентних переваг, які забезпечують досягнення певних конкурентних позицій на ринку.

Стимулювання конкуренції, обмеження монополій — важливі загальноекономічні умови поширення інновацій. Нормативною базою сприяння конкуренції є антимонопольне законодавство, спрямоване на розвиток конкурентного підприємництва, обмеження діяльності підприємств-монополістів, створення передумов для демонополізації економіки, запобігання недобросовісній конкуренції. Основою антимонопольного законодавства є Закон України «Про захист економічної конкуренції».

Податкова система у розвинутій ринковій економіці має бути простою та уніфікованою. Це, зокрема, означає, що різні варіанти податкових пільг, що надаються різним секторам або навіть окремим підприємствам, мають бути скасовані та замінені на прості схеми оподаткування, що застосовуються до всіх підприємств однаково. Отже, тягар сплати податків має загалом бути розподілений в економіці таким чином, щоб уряд не робив преференційних рішень стосовно окремих "стратегічних" секторів чи підприємств та структурних кластерів. До того ж ця політика має жорстко уникати будь-яких форм субсидій найбільш явної форми збереження неконкурентних структур або перехресного субсидування/перехресних податкових схем. Українська система оподаткування не відповідає цим критеріям. Навпаки, вона характеризується різними податковими пільгами (наприклад, сільське господарство), субсидіями (наприклад, для вугільних шахт), схемами перехресного субсидування/перехресного оподаткування (наприклад, ціни на енергію для промисловості та домогосподарств). В той час як перші кроки з гармонізації оподаткування прибутку в даний момент дискутуються, і остаточний результат цього процесу не є ще відомим, тоді як запити щодо подовження пільг є чітко сформульованими (наприклад, для металургії).

Ефективне законодавство про банкрутство та суворе забезпечення

жорстких бюджетних обмежень є вкрай важливими елементами ринкової економіки з двох головних причин. По-перше, вони встановлюють належні стимули для підприємців, менеджерів, тощо для їх діяльності у найліпший спосіб через загрозу втратити власність у випадку збиткового виробництва (ex ante ефективність). По-друге, вони забезпечують найефективніше використання активів підприємства у випадку невиконання його зобов'язань (ex post ефективність). В Україні існування збанкрутілих підприємств все ще продовжується, зокрема, мова йде про великі підприємства (наприклад, вугледобувні та металургійні, обленерго), хоча відповідне законодавство є досить непоганим (як і антимонопольні закони). Часто як аргумент проти використання процедур банкрутства є побоювання істотних звільнень. Однак такі міркування є недостатніми, оскільки витрати на підтримання нежиттєздатних підприємств є дуже високими, зазвичай за рахунок платників податків, причому така підтримка не гарантує збереження робочих місць.

На основі зазначеного вище можна зробити наступні загальні висновки: роль уряду полягає у створенні середовища сприятливого для конкуренції замість прямого державного втручання в виробничі та інвестиційні рішення. Конкуренція призведе до підвищення ефективності функціонування економіки, підвищуючи тим самим конкурентоспроможність української промисловості, та прискорить економічне зростання.

Список використаної літератури

1. Закон України “Про ціни та ціноутворення” від 02.12.2001., [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.liga.com.ua>
2. Закон України “Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності”
3. Закон України "Про господарські товариства" від 19 вересня 1991 року N 1576X11 / Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України станом від 19 лютого 2004 року N 1519IV, [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.liga.com.ua>
4. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22 травня 1997 р. N 283/97ВР / Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України станом від 7 липня 2005 р. N 2771IV, [Електронний ресурс] .-Режим доступу: <http://www.liga.com.ua>
5. Закон України “Про податок на додану вартість “ від 3 квітня 1997 р. N 168/97ВР // Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України станом від 7 липня 2005 р. N 2771IV, [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.liga.com.ua>.
6. Закон України “Про природні монополії” від 20 квітня 2000 року N 1682III / Із змінами і доповненнями, внесеними Законами України станом України від 1 грудня 2006 року N 424V, <http://www.liga.com.ua>
7. Звіт Антимонопольного комітету України « Конкурентна політика в Україні та перспективи її розвитку»]
8. Ст. 42 Конституції України
9. Бутук О.І. Економічна теорія: тренінг-курс: навч. посіб. / О.І. Бутук, Н.І. Волкова. - К.: Знання, 2007. - 292 с.
10. Венгер В.В. Державне регулювання діяльності природних монополій з метою поліпшення споживання населення / Реалізація Цілей Розвитку Тисячоліття ООН в Україні: подолання бідності та підвищення життєвого рівня населення / 36. наук. пр. інст. демографії та соціальних досліджень НАН України К.: інст. демографії та соціальних досліджень НАН України,

11. Венгер В.В. Удосконалення механізму зниження рівня цін у природних монополіях / Матеріали Міжнародного Форуму молодих вчених „Ринкова трансформація економіки постсоціалістичних країн”. У двох томах. Т.1. Х.: Видво ТОВ „Стає”, 2005. С.185-187.
- 12.Зверева Ю.Н. История экономических учений. Проблемно-тематический курс. Ярославль, 1998.
13. КіндзерськийЮ., Паламарчук Г. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні//Економіка України. - 2006. - №8. - С. 16-20
14. КовалевВ.В. Финансовый анализ : Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М.: Финансы и статистика, 1996г. 379 с.
15. Кравченко Ю. Ринкам природних монополій ефективно регулювання. / Економіка України, 2006. №6. С.12-18.
16. Лагутін В. Шкода від монополії і користь від конкуренції: чи все так просто? //Економіка України. - 2007. - № 4
17. Мукмінова Т. А. Економічна конкуренція на залізничному транспорт! / Залізничний транспорт України.— 2001.— № 4
18. Марковський Д. Євроінтеграція — це насамперед європейський рівень життя // Дзеркало тижня — 2003.— № 23.
19. Москаленко. А. К.: КНЕУ, 2006. 120 с .
20. Полуянов В. Монополізованість промисловості України і тенденції формування ринкових суб'єктів господарювання / Економіка України - 2001,-№9
21. Економічна теорія: Підручник / Ред. В.М. Тарасевич. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 779 с.
22. Саниахметова Н. А. «Новое в законодательстве Украины про підприємництво і його захист». Київ «Бліц - Інформ» 1996.
23. Филюк Г. Соціально-економічні наслідки монополії: теоретичний і практичний аспект / Економіка України. - 2008. - № 1
24. Ястремський О., Гриценко О. Основи мікроекономіки: Підручник. — К.: Знання, 1998. -714 с.

25. Blum U., Karmann A., Lehmann-Waffenschmidt M., Thum M., Walde K. Wieland B., Wiesmeth H. Grundlagen der Volkswirtschaftslehre. Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York, 2003.-237s.

26. Varian, Hal R. Grundzuge der Mikroökonomik. -München;Wien: Oldenbourg, 1991.-590s.