

Тернопільський національний економічний університет  
Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота  
з економічної теорії  
на тему:  
«Антимонопольне регулювання в Україні як основа механізму забезпечення  
конкурентного середовища»

Студента групи ФБС-22  
Напрямок підготовки:  
Фінанси та кредит  
Дохвата Степана  
Керівник  
Сліпченко Т. О.

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## План

Вступ

Розділ 1 Дослідження теоретичних основ і практики проведення антимонопольного регулювання держави в умовах ринкової економіки

Розділ 2 Монополізація економіки та аналіз проблем антимонопольного регулювання в Україні

Розділ 3 Напрямки удосконалення антимонопольного регулювання в Україні з метою забезпечення конкурентного середовища

Висновки

Список використаної літератури

**Зміст**

План.....	2
Вступ.....	4
1. Дослідження теоретичних аспектів і практики проведення антимонопольного регулювання держави в умовах ринкової економіки.....	6
2. Монополізація економіки та аналіз проблем антимонопольного регулювання в Україні .....	16
3. Напрямки удосконалення антимонопольного регулювання в Україні з метою забезпечення конкурентного середовища .....	23
Висновки.....	36
Список використаної літератури .....	39

## Вступ

Актуальність теми. В економічній науці є ще багато не вивчених, але особливо важливих та актуальних проблем щодо суті природних монополій і їх регулювання. Адже на ріст цін на послуги природних монополій болісно реагують всі споживачі. Проблеми регулювання природних монополій присвячені роботи вчених-економістів А. Амоші, І. Алексєєва, В. Базилевича, О. Кузьміна, А.Костусіва, В. Паламарчука та інших. Функціонування ринків природних монополій, як зазначає Н. Малахова, виходять за рамки «невидимої руки» ринкової рівноваги. Ринковий механізм не в змозі самостійно встановити ефективну ринкову рівновагу у взаємодії природних монополій і споживачів без підключення третьої сили – держави. Тому цілеспрямоване використання механізму ринкової регуляції дозволить сформувати систему державного регулювання природними монополіями як окремий, особливий суспільний інститут і забезпечить формування противитратного механізму. Незважаючи на велику кількість досить ґрунтових наукових досліджень окремих проблем природних монополій.

Метою роботи є дослідження державної політики в сфері діяльності монополій.

Для реалізації мети дослідження було поставлено і вирішено такі завдання:

- визначено сутність монополій як об'єктів державного управління;
- узагальнено закордонний досвід регулювання монополій з метою визначення напрямів його використання в Україні;
- сформовано механізм державного регулювання монополій в конкурентному середовищі.

Об'єктом дослідження є процеси державного регулювання монополій в контексті загальної розбудови і реформування економіки на конкурентних засадах.

Предметом дослідження є відносини, що виникають в умовах

удосконалення державного регулювання монополій в умовах реформування на ринкових засадах

Джерелами інформації для даної роботи є закони та законопроекти, монографії та статті вчених-правознавців.

Теоретичною і методологічною основою роботи є наукові праці вітчизняних і закордонних вчених в галузі податкового законодавства, закони і нормативні акти, що регулюють податкові взаємовідносини в Україні.

## Розділ 1. Дослідження теоретичних основ і практики проведення антимонопольного регулювання держави в умовах ринкової економіки

Монополія – це наявність на ринку лише одного продавця і багатьох покупців, монопсонія – наявність лише одного покупця при багатьох продавцях. Обидві ринкові структури виражають крайню форму недосконалої конкуренції, полярну протилежність досконало конкурентного ринку.

До характерних рис монополії відносять наступні:

- єдиний продавець на ринку – якщо продукцію виробляє тільки одна фірма, вона уособлює цілу галузь;
- виробництво специфічного однорідного продукту, який не має близьких і досконалих замінників;
- ринкова влада (ситуація “price maker”) – означає спроможність продавця як єдиного виробника товару, а за умов монопсонії – покупця як єдиного споживача впливати на ціну товару; заблокований вступ в галузь.

Бар’єри входження на ринок є основною причиною виникнення монополій. Відповідно до джерел походження бар’єрів виділяють кілька їх форм:

- бар’єри, створені економією від масштабу;
- бар’єри, створені державою (патенти, ліцензії та ін.)
- розмір ринку;
- власність на важливі види сировини;
- “нечесна конкуренція”.

Будь-які бар’єри входження не є абсолютно нездоланими, особливо у довгостроковому періоді, тому монополії в сучасній дійсності рідкісні, переважно підтримуються державою.

Ступінь панування фірми на ринку характеризує концентрація продавців. Коефіцієнт концентрації визначає процент продажу продукції фірми (декількох фірм) від загального обсягу продажу на ринку. Загальноприйнятим показником вимірювання концентрації продавців є частка чотирьох або восьми найбільших

в галузі фірм, проте він не вловлює різниці між галузями, в яких домінує одна фірма, і галузями, в яких є чотири чи більше приблизно однакових фірм.

Більш досконалим показником є індекс ринкової концентрації Гіршмана – Герфіндаля, який обчислюється як сума квадратів часток ринку всіх фірм ( $n$ ), які продають на ньому свою продукцію:  $H = p_1^2 + p_2^2 + p_3^2 + \dots + p_n^2$ .

Максимальної величини він досягає для монополії:  $100^2 = 10.000$ . Мінімального значення індекс набуває в умовах досконалої конкуренції.

Модель ринку з єдиним постачальником продукту, який не має близьких заміників, називається чистою монополією. Монополія має ту ж саму мету, що і конкурентна фірма: вибрати такий обсяг виробництва, який дозволяє отримати максимальну суму економічного прибутку за певний період. При виборі оптимального обсягу монополія зустрічається з трьома обмеженнями – витратами виробництва, попитом на продукцію та її ціною. Вибір монополії можна проаналізувати за допомогою тих же двох підходів, які застосовувались при вивченні моделі поведінки конкурентної фірми: порівняння сукупного виторгу і сукупних витрат ( $TRTC$ ) та порівняння граничного виторгу і граничних витрат ( $MRMC$ ).

Становище фірми – монополіста докорінно відрізняється від становища фірми в умовах ринку досконалої конкуренції. Основною відмінністю є можливість впливати на ринкову ціну. В той час як конкурентна фірма приймає ринкову ціну як величину об'єктивно задану, монополія сама призначає ціну на свою продукцію. При цьому монополіст може як продавати весь обсяг продукції за однаковою ціною, так і призначати для кожної групи споживачів іншу. Модель поведінки монополії з єдиною ціною є моделлю простої монополії.

Можливість призначати ціну не означає, що монополіст буде прагнути встановити якнайвищу. Оскільки монополія уособлює галузь, вона стикається з кривою ринкового попиту, яка визначає множину співвідношень між ціною і обсягом попиту, тому довільне маніпулювання цінами неможливе.

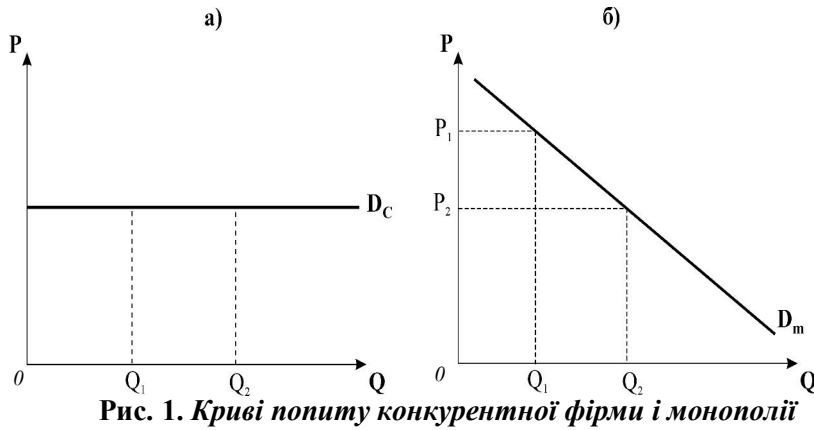


Рис. 1. Криві попиту конкурентної фірми і монополії

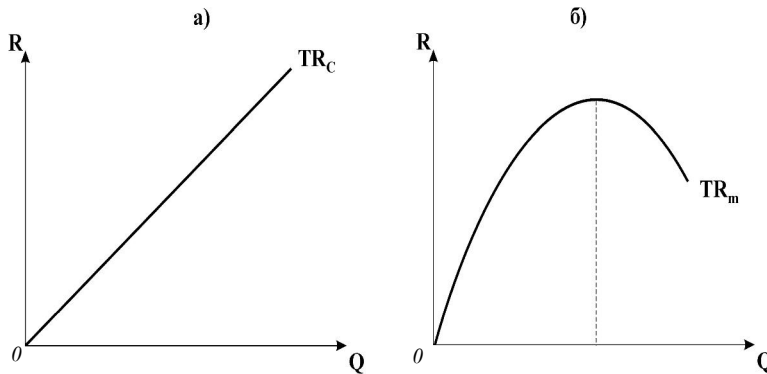


Рис. 2. Сукупний виторг конкурентної фірми та монополії

Порівняємо монополію з конкурентною фірмою. Попит на продукцію конкурентної фірми абсолютно еластичний, – за однією і тією ж ціною фірма може продати стільки

продукції, скільки захоче (рис. 1.а). Монополія ж, маючи спадну криву попиту, змушена з кожною додатковою одиницею продажу зменшувати ціну на весь обсяг продукції (рис. 1.б). Таким чином, прибуток конкурентної фірми обмежується ринковою ціною, а прибуток монополії – попитом споживачів.

Відміни стосуються також пропозиції. Пропозиції конкурентної фірми прямо залежить від рівня ринкової ціни, крива пропозиція конкурентної фірми має позитивний нахил. У монополії такої залежності між рівнем ціни та обсягом випуску немає, монополія не має кривої пропозиції. Вона визначає випуск, орієнтуючись на криву попиту.

Економічний прибуток монополіста, так само, як і будь-якої фірми, обчислюється як різниця між сукупним виторгом і сукупними витратами ( $EP = TR - TC$ ).

Сукупні витрати монополіста формуються в цілому так само, як і витрати конкурентної фірми. Динаміка сукупного виторгу монополіста значно відрізняється від динаміки виторгу конкурентної фірми. Сукупний виторг монополії обчислюється за формулою:  $TR = P(Q) \cdot Q$ . Рис. 2 ілюструє відміни



типових функцій сукупного виторгу досконало конкурентної (а) та монопольної (б) фірм. Ціна для конкурентної фірми є величиною сталою, тому її сукупний виторг зростає прямо пропорційно обсягу пропозиція, а крива  $TR$  має вигляд променя, що виходить з початку координат. Сукупний виторг монополії зазнає впливу спадного характеру ціни та цінової еластичності попиту, тому не може зростати нескінченно. Як ми знаємо, спадна крива попиту має неоднакову еластичність на різних відрізках. На невеликих обсягах випуску попит еластичний ( $|E_d| > 1$ ),

а на значних – нееластичний ( $|E_d| < 1$ ). Сукупний виторг продавця на еластичному відрізку кривої попиту зі зниженням ціни зростає, а на нееластичному – зменшується, досягаючи максимального значення в точці одиничної еластичності. Тому і крива сукупного виторгу монополії має вигляд опуклої доверху функції. Монополія завжди обирає обсяги виробництва на еластичному відрізку кривої попиту, де сукупний виторг зростає.

Середній виторг ( $AR$ ) завжди дорівнює ціні, – це справедливо як для конкурентної, так і для монопольної фірми. Крива середнього виторгу завжди співпадає з кривою попиту (рис. 3). Але у конкурентної фірми середній виторг дорівнює не тільки ціні, а й граничному виторгу і всі криві зливаються в одну горизонтальну лінію. У монополії граничний виторг ( $MR$ ), навпаки, завжди менший за ціну ( $AR$ ), його крива спадає значно швидше, тому віддаляється від кривої попиту  $D = AR$ .

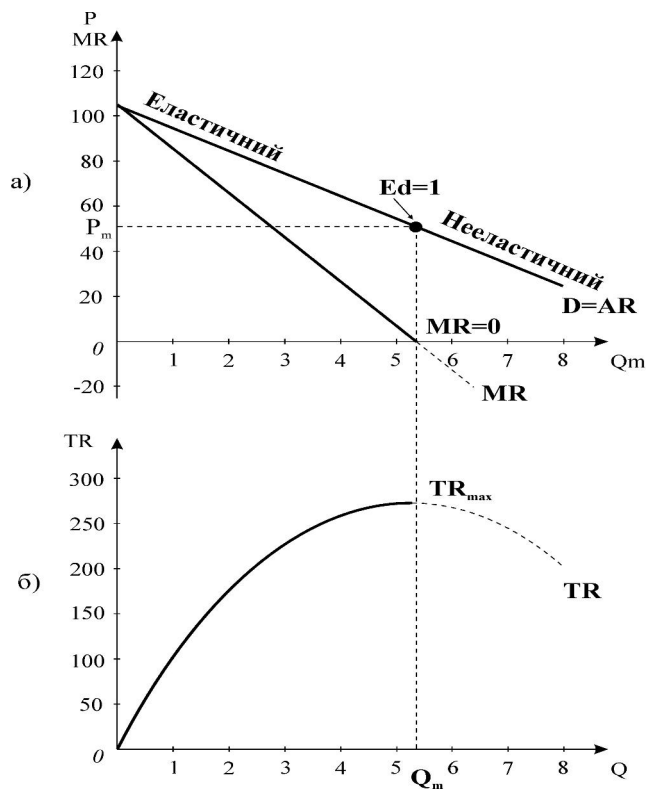


Рис. 3. Співвідношення сукупного, середнього та граничного виторгів монополії

Ця властивість пояснюється двома ефектами: ефектом обсягу та ефектом ціни, які діють у протилежних напрямках, – якщо обсяг продажу зростає, то ціна знижується. Конкурентна фірма ефекту ціни не знає, тому що продає за однією і тією ж ціною, тоді як монополія, збільшуючи виробництво на одиницю, змушена знизити ціну не тільки на додаткову одиницю випуску, але й на всі попередні одиниці.

Фірма, нарощуючи обсяги продажу, збільшує сукупний виторг за рахунок продажу додаткової одиниці, але несе втрати від продажу попередніх одиниць за нижчою ціною. Тому значення граничного виторгу по кривій  $MR$  спадають швидше, ніж значення ціни та середнього виторгу по кривій попиту  $D = AR$ , що ілюструє рис. 3. а). За графіком можна прослідкувати геометричний зв'язок між кривими.

Крива  $MR$  виходить з тієї ж точки, що і крива попиту, але потім відхиляється від неї донизу і перетинає горизонтальну вісь на обсязі, де сукупний виторг  $TR$  (рис. 3. б) досягає свого максимуму.

Фірма – монополіст одночасно приймає рішення про обсяг випуску і про ціну продукції, в той час як конкурентна фірма визначає лише обсяг. Для оптимізації обсягу виробництва монополіст використовує універсальне правило граничного випуску  $MR = MC$ , справедливе як для моделі  $MRMC$ , так і для моделі  $TRTC$ .

Рис. 4 ілюструє прийняття рішення монополістом за моделлю  $TRTC$ . Точки перетину кривих  $TR$  і  $TC$   $a$  і  $b$  є точками беззбитковості, а виробництво в межах обсягів, що відповідають цим точкам, є прибутковим. Відстань між кривими  $TR$  і  $TC$  по вертикалі показує величину економічного прибутку, крива якого ( $EP_m$ ) побудована на графіку окремо. Відрізок  $EF$  відповідає його максимальній величині.

Графічно оптимальний обсяг випуску відповідає рівню виробництва, для якого криві  $TR$  і  $TC$  мають однакові кути нахилу. На графіку 4 їх показують проведені до кривих пунктирні дотичні  $rr$  і  $cc$ . Нахил кривої сукупного виторгу  $\Delta TR / \Delta Q$ , визначає величину граничного виторгу  $MR$ , а нахил кривої

сукупних витрат  $\Delta TC / \Delta Q$  – величину граничних витрат  $MC$ . Отже, на рівні випуску, що відповідає однаковому нахилу кривих  $TR$  і  $TC$ , монополія максимізує прибуток згідно з правилом  $MR = MC$ .

На рис. 5. зображено процедуру вибору оптимального обсягу виробництва монополії за методом порівняння граничного виторгу і граничних витрат ( $MRMC$ ). Якщо фірма вирішить виробляти, то вона максимізуватиме прибуток на обсязі  $Q_m^*$ , для якого граничний виторг дорівнює граничним витратам. Визначивши оптимальний обсяг випуску, монополія використовує криву попиту для знаходження ціни. Крива попиту показує, яку ціну бажали б заплатити покупці за запропонований обсяг продукції. На графіку 5 монопольна ціна  $P_m^*$  відповідає точці  $E_m$  на кривій попиту.

Якщо на оптимальному обсязі випуску  $Q_m^*$  ціна  $P_m^*$  перевищує величину середніх сукупних витрат  $ATC$ , монополія максимізує економічний прибуток. Сукупний прибуток монополії можна розрахувати за відомою нам загальною формулою:  $EP_m = (P_m - ATC) \cdot Q_m^*$ .

На графіку 5 прибуток чисельно дорівнює площі прямокутника  $P_m^* E_m FC$ .

У короткостроковому періоді монополіст, як і конкурентна фірма, здійснює виробництво, доки покриває свої змінні витрати, тому деякий час монополія також може працювати з мінімальними збитками. Мінімальні збитки виникають у випадку, коли за оптимального обсягу випуску монопольна ціна нижча, ніж середні сукупні витрати, але вища за середні змінні витрати. Таке становище може виникнути, коли фірма залишається єдиним виробником товару, попит на який ще існує, але є досить незначним.

Як і для конкурентної фірми, для монополії існують також умова беззбитковості, коли  $P_m = ATC$  і умова закриття, коли  $P_m \leq AVC$ . У всіх випадках, коли ціна нижча за середні змінні витрати для будь-якого рівня випуску, найкращим стратегічним рішенням для монополіста у

короткостроковому періоді буде припинення виробництва. Однак ситуації збитковості і закриття для монополії трапляються досить рідко.

У довгостроковому періоді монополіст, так само, як і конкурентна фірма, виробляє продукцію лише тоді, коли окупає всі сукупні витрати. Монополія обирає найбільш прибуткові масштаби виробництва для свого перспективного розвитку. При цьому вона орієнтується на довгострокові прогнози щодо ринкового попиту на продукцію.

На рис. 6 зображені варіанти розвитку фірми з відповідними короткостроковими кривими середніх і граничних витрат, а також нанесені криві довгострокових середніх і граничних витрат  $LAC$  і  $LMC$ . Короткострокова рівновага монополії може встановлюватись у точках  $E_m^S$  і  $E_m^L$ . Кращим варіантом розвитку буде стан рівноваги  $E_m^L$ , який одночасно є коротко- і довгостроковою рівновагою, оскільки в точці а перетинаються криві граничного виторгу і граничних витрат коротко – і довгострокового періоду:

$MR = MC_1 = LMC$ . Монополія завжди може вибрати з усіх варіантів розвитку такий, який принесе їй найбільший прибуток. Закономірним є те, що

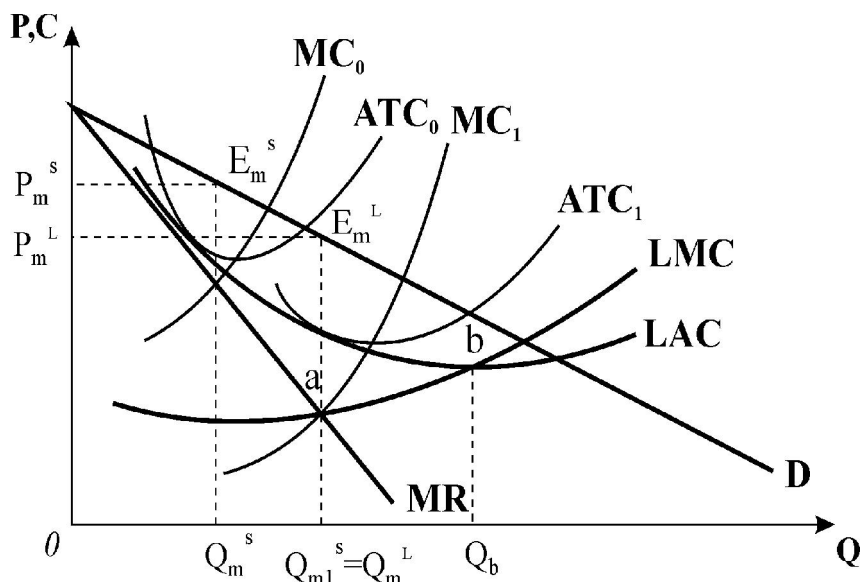


Рис. 6. Довгострокова рівновага фірми - монополіста

рівноважна ціна  $P_m^L$  і в довгостроковому періоді перевищує довгострокові середні і граничні витрати:  $P_m > LMC = \min LAC$ .

Для монополії не властивий парадокс прибутку. Завдяки бар'єрам входження в галузь монополія і в довгостроковому періоді зберігає економічний прибуток.

Поведінка монопсоніста є ніби дзеркальним відображенням поведінки монополіста (рис. 7). Якщо монополіст стикається з спадною кривою попиту,

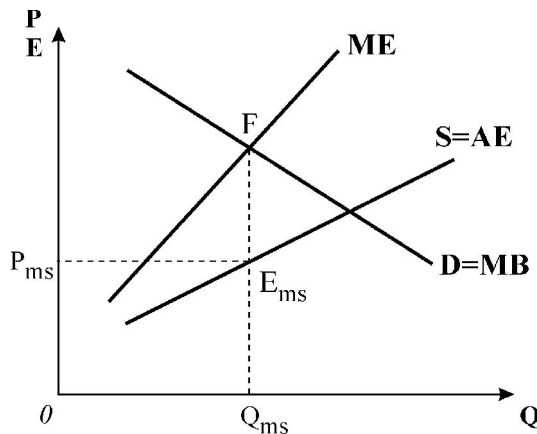


Рис. 7. Модель монопсонії

яка відображає середній виторг монополіста, то монопсоніст, як єдиний покупець товару, має справу з висхідною кривою ринкової пропозиції, яка відображає його середні витрати на покупку товару ( $S = AE$ ). Висхідний характер кривої пропозиції означає, що кожна наступна куплена одиниця товару потребує підвищення ціни на весь обсяг покупок, тобто граничні витрати монопсоніста на покупку зростатимуть швидше, ніж середні. Крива граничних витратків ( $ME$ ) відхиляється ліворуч вгору від кривої середніх витратків. Крива попиту відображає спадну граничну вигоду монопсоніста ( $MB$ ) від купівлі кожної одиниці товару ( $D = MB$ ).

Оптимальна кількість товару, яку купить монопсоніст, визначається подібно до загального правила максимізації прибутку за рівнянням  $MB = ME$ , що графічно відповідає точці перетину кривої попиту з кривою граничних витратків (точка  $F$ ). Ціну товару монопсоніст знаходить на кривій пропозиції, в точці  $E_{ms}$ . Точка  $E_{ms}$  є точкою рівноваги монопсоніста. Відповідно рівноважний обсяг покупок буде  $Q_{ms}$ , а рівноважна ціна  $P_{ms}$ .

Рівняння  $MB = ME$  є правилом максимізації вигоди монопсоніста.

Монопсонічна влада над ринком залежить головним чином від еластичності пропозиції: чим вона менша, тим більшу владу над ринком має монопсоніст.

У всесвітній економічній практиці існує кілька основних типів монополізму.

По-перше, монополізм, який виростає з конкуренції і базується на концентрації та централізації виробництва чи капіталу. Найвідомішими організаційними формами такої монополії є картелі, синдикати, трести,

концерни, конгломерати. Цей тип монополізму становить найбільшу загрозу ринковій економіці, він постійно перебуває у полі зору держави, виступає головним об'єктом демонополізації. Якщо процес концентрації держава не може повністю контролювати, то централізацію сучасна держава регулює ретельно, забороняючи незаконні форми об'єднання.

Другий тип монополізму пов'язаний з технологічною олігополією. Це означає, що сама технологія потребує великих підприємств, у межах яких тільки й може бути організовано ефективне виробництво. У цьому разі з'являється природна монополія, зміст якої визначається Законом України «Про природну монополію» (2000). Природна монополія — це стан товарного ринку, за якого задоволення попиту на цьому ринку є ефективнішим за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю товару в міру збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), що виробляються суб'єктами 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 (послуги). Поява природно-технологічної монополії мало пов'язана з самозростанням капіталу, прагненням загарбати ринок, придушити конкурентів, максимізувати прибуток. Безглуздо уявити у таких галузях, як металургія, авіакосмічна галузь, залізничний транспорт, тисячі невеликих підприємств. Це суперечить логіці науково-технічного прогресу, виробництву конкурентоспроможної продукції. Це означає, що технологічні олігополії не можуть бути об'єктом демонополізації.

У ринковій економіці поширена монополія, яка обумовлена диференціацією продукту. Монополістичний ефект досягається не великим обсягом виробництва, не контролем за цінами, а своєрідністю, новизною продукту (наприклад, лялька Барбі, кубик Рубік), своєрідністю послуг, популярністю торговельної марки. Така монополія не пов'язана з концентрацією та централізацією виробництва і може бути здійснена не тільки великою, а й невеликою фірмою.

До четвертого типу монополізму можна віднести монополізм тих підприємств, які лідирують в окремих галузях науково-технічного прогресу (наприклад, виробництво лазерної техніки, біотехнологій). Це тимчасова монополія, тому вона зникає з поширенням та використанням наукової ідеї, проекту в інших фірмах. Така монополія стає об'єктом державного регулювання, спрямованого на більш вільне використання науково-технічної інформації в інших галузях економіки.

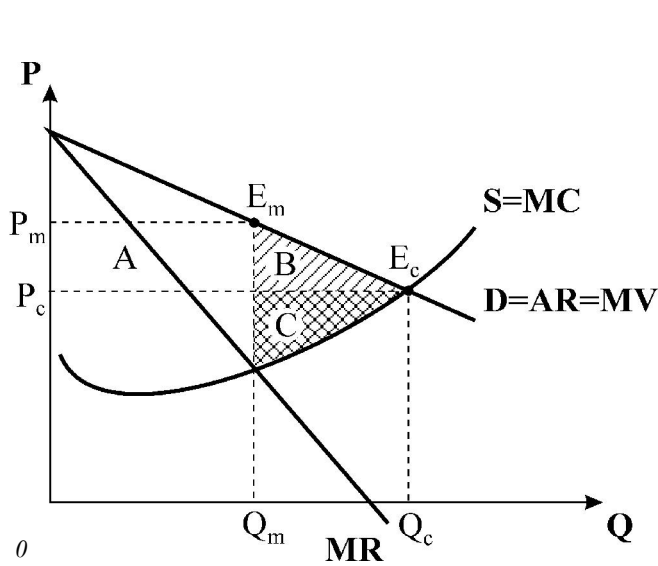
Важливою формою монополізму є природно-державна монополія. Її природна обумовленість пов'язана з потребою задовольняти деякі базові потреби як окремої людини, так і суспільства в цілому. Природно-державний монополізм поширюється на товари нееластичного попиту, тобто такі, які є незамінною частиною споживчого набору. Вона може виявитися у націоналізації цих видів виробництва, державному контролі за цінами, встановленні фіксованих ставок податків.

Своєрідною формою монополізму, що не пов'язана з ринком, є монополізм, який формується в умовах адміністративно-командної економіки. Причинами такої монополії є

Загальні основи ринкової економіки неекономічні фактори. Така монополія охоплює не тільки сферу виробництва, а й усю сферу розподілу та споживання. Це найнебезпечніша форма монополізму, яка негативно впливає на економіку та суспільство в цілому.

Особливе місце належить феномену *природної монополії*. До такої категорії належать підприємства, що експлуатують унікальні природні ресурси (наприклад, електричні та газові підприємства, компанії водопостачання, мережі зв'язку, транспортні фірми). Як правило, вони належать державі або діють під її контролем, їх існування пояснюється особливим ефектом, спричиненим масштабом виробництва, — ефектом економії ресурсів внаслідок збільшення виробництва. Для можливих конкурентів тут передбачені штучні бар'єри у формі ліцензій, авторського права, товарних знаків або патентного захисту.

## Розділ 2. Монополізація економіки та аналіз проблем антимонопольного регулювання в Україні



**Рис. 8. Порівняння конкурентної та монопольної рівноваги**

Монополізація виробництва призводить до виникнення суспільних втрат:

за інших рівних умов монополія порівняно з конкурентною галуззю завжди виробляє менший обсяг продукції і встановлює вищі ціни;

монополія не досягає виробничої ефективності, оскільки для оптимального обсягу випуску монополії завжди  $P > \min AC$ ;

монополія не досягає ефективності розподілу ресурсів, оскільки для оптимального обсягу випуску  $P > MC$ .

Припустимо, що крива ринкового попиту на продукцію є однаковою як для конкурентної галузі, так і для монополії; витрати виробництва для монополії ті ж самі, що і для конкурентної галузі. Порівняємо стани їх довгострокової рівноваги (рис. 8).

Якби попит на дану продукцію забезпечувала конкурентна галузь, то в стані рівноваги попит дорівнював би пропонуванню, тобто виконувалось рівняння:  $S(P_c) = D(P_c)$ . Рівновага досягається в точці  $E_c$  з параметрами рівноваги  $P_c, Q_c$ . В той же час крива ринкового попиту є одночасно кривою граничної цінності для споживача  $D = MV$ , а крива пропозиції – галузевою кривою граничних витрат виробника  $S = MC$ .

Рівняння рівноваги в довгостроковому періоді для кожної конкурентної фірми відображає потрібну рівність:  $P_c = MC = \min AC$ , отже, фірми використовують ресурси ефективно і виробляють на рівні мінімальних витрат.



Крива попиту відображає граничну цінність товару для споживачів ( $MV$ ), тобто суму, яку вони готові заплатити за товар, а рівність  $P_c = MC = \min AC = MV$  означає, що точці перетину кривої попиту і кривої граничних витрат (пропозиції) відповідає суспільно ефективний обсяг випуску, тобто ресурси розподілені ефективно.

Якщо конкурентна галузь монополізується, то рівновага фірми – монополіста відповідає точці  $E_m$ , монопольна ціна –  $P_m$ , а обсяг –  $Q_m$ . Порівнявши параметри рівноваги конкурентної галузі і монополії за одного й того ж попиту, переконуємось, що за умов монополії ціна товару вища, а обсяги його виробництва менші, ніж за умов досконалої конкуренції, отже, монополія веде до суспільних втрат. Оскільки для оптимального обсягу випуску монополії завжди  $P > \min AC$ , монополія не досягає виробничої ефективності, а оскільки  $P > MC$ , не досягається ефективність розподілу ресурсів.

Якби монополія перетворилася на конкурентну галузь, то суспільство виграло б від розширення виробництва до рівня конкурентної рівноваги. Величину цього виграшу або суспільних втрат від монопольної влади ми можемо визначити, порівнюючи величини споживчого та виробничого надлишків, які виникають, коли товар продається в умовах конкурентної рівноваги, з величинами цих надлишків за умов монопольної рівноваги.

В умовах конкурентного ринку надлишок споживача максимальний. Він вимірюється площею фігури, розміщеної між лінією ринкової ціни ( $P_c$ ), кривою попиту і віссю ординат. В умовах монополії через зростання ціни споживачі втрачають частину надлишку в сумі, заданій прямокутником  $A$  (рис. 8). Крім того, монополія обмежує рівень виробництва. Через це частина споживачів, які могли б купити цю продукцію за конкурентною ціною, але не можуть купити за монопольною, втрачають надлишок в сумі, заданій трикутником  $B$ . Отже, сумарна втрата споживачів від монополії дорівнює сумі площ ( $A + B$ ).

Водночас виробники в умовах конкурентного ринку мають надлишок, що вимірюється площею фігури, розміщеної між лінією ринкової ціни ( $P_c$ ), кривою граничних витрат і віссю ординат. Якщо виробник – монополіст, він захоплює частину надлишку споживача, що відповідає прямокутнику  $A$ , продаючи товар за вищою ціною, але втрачає частину надлишку виробника, що відповідає трикутнику  $C$ , який він міг би одержати, якби продавав стільки ж, як конкурентна галузь за конкурентною ціною. Отже, сумарна різниця для монополіста становить  $(A - C)$ .

Загалом чиста втрата надлишку для суспільства становить суму площ трикутників  $B$  і  $C$ . Величина, задана трикутниками  $(B + C)$  є безповоротними втратами суспільства, що виникають внаслідок монопольної влади. Це та ціна, яку суспільство платить за неефективний розподіл ресурсів монополією.

Суспільство може платити за монопольну владу ще й додаткову ціну:

орієнтуючись на максимізацію прибутку, а не обсягу випуску, монополія може ігнорувати ефект масштабу і мати вищі витрати на одиницю продукції;

монополія може як сприяти розвитку науково-технічного прогресу, забезпечуючи за рахунок вищих прибутків впровадження новітніх досягнень у виробництво, так і гальмувати його, скуповуючи винаходи і не використовуючи їх;

соціально непродуктивними є видатки для утримання чи зміцнення ринкової влади: рекламу, лобіювання своїх інтересів, спроби уникнути державного регулювання та ін.;

утримання незадіяних надлишкових виробничих потужностей як засіб переконання потенційних конкурентів у недоцільності їх виходу на даний ринок.

Через наявність суспільних втрат монополія вважається неефективною ринковою структурою. Виняток становить природна монополія – ринкова структура, яка забезпечує мінімізацію витрат завдяки економії на масштабі, що проявляється на всіх рівнях виробництва.

Графік 9 показує, що збільшення обсягів виробництва супроводжується зниженням середніх витрат, граничні витрати на всіх обсягах нижчі за середні. Згідно з правилом  $MR = MC$  оптимальним обсягом випуску буде  $Q_m$  з рівновагою в точці  $E_m$ , якій відповідає ціна  $P_m$ . В умовах рівноваги монополія одержує прибуток, рівний заштрихованій площині  $P_m C_m F E_m$ . Якби це була конкурентна галузь, то рівновага встановилася б в точці  $C$ , оптимальним обсягом випуску був би  $Q_c$ , але галузь була б збитковою, оскільки для  $Q_c$  ціна нижча на середні витрати.

Виникнення природної монополії є наслідком вільної дії ринкових сил, внаслідок чого виробництво суспільно важливого товару зосереджується на одній фірмі, де воно обходиться дешевше, ніж його виробництво кількома фірмами. У більшості випадків вони утворюються в комунальних галузях господарства. Існування природної монополії є економічною необхідністю і

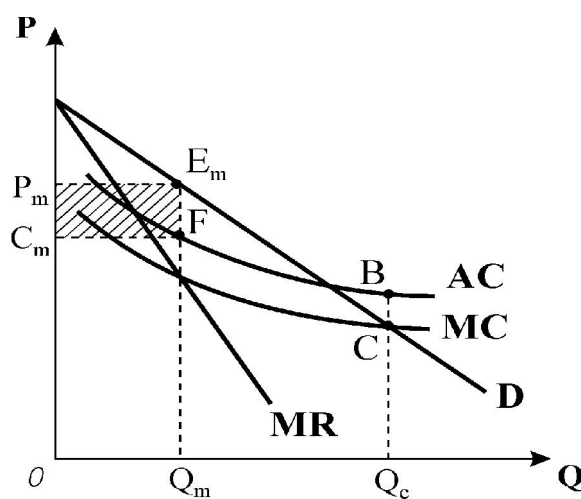


Рис. 9. Модель природної монополії

вигідне для суспільства. Для зменшення негативних наслідків, породжених монопольною владою, діяльність природних монополій регулює держава.

Монопольна влада – здатність впливати на ринкову ціну – реалізується на основі цінової стратегії монополії.

Один з принципів монополістичного ціноутворення – „витрати плюс” – передбачає встановлення ціни на рівні граничних витрат з деякою накидкою. Величина накидки пов’язана з еластичністю попиту. Її обчислюють на основі правила  $MR = MC$  з врахуванням показника еластичності.

Було виведене приблизне правило ціноутворення:  $(P - MC) / P = -1 / E_d$ . Ліва частина рівняння  $(P - MC) / P$  показує перевищення

ціни над граничними витратами, виражене в процентах., яке є обернено пропорційним до еластичності попиту на продукцію монополії.

Показник „відносної націнки” слугує для вимірювання монопольної влади і називається індексом Лернера ( $L$ ):  $L = (P - MC) / P = -1 / E_d$ .

Значення індексу Лернера завжди перебуває в проміжку між нулем (для досконало конкурентної фірми) і одиницею (для чистої монополії).

На основі приблизного правила ціноутворення можна знайти вираз для

монопольної ціни:

$$P_m = \frac{MC}{1 + \frac{1}{E_d}} \quad \text{або} \quad P_m = MC \cdot \frac{E_d}{E_d + 1}.$$

Формула не використовується у випадку, коли  $E_d = -1$ .

Монопольна фірма призначає ціну, вищу за граничні витрати на величину, обернено пропорційну еластичності попиту. За високої еластичності попиту накидка буде незначною, ціна наблизатиметься до граничних витрат, тобто ринок буде близьким до конкурентного, де  $P = MC$  і монопольне становище особливих переваг не дає.

Основна мета цінової стратегії монополіста – захоплення якнайбільшої частини споживчого надлишку і перетворення його у монопольний прибуток. Вона реалізується за допомогою політики цінової дискримінації – продажу одного і того самого товару різним покупцям за різними цінами.

Розрізняють три види цінової дискримінації: дискримінацію першого, другого і третього ступеня.

Цінова дискримінація першого ступеня, або абсолютна (досконала) цінова дискримінація, виникає, коли фірма призначає для кожного покупця резервну ціну – максимальну, яку кожен покупець погоджується заплатити за кожну придбану одиницю товару. Встановлення цієї ціни дозволяє здійснити максимально можливу сегментацію ринку. Для монополіста, що здійснює абсолютну цінову дискримінацію, ціна і граничний виторг співпадають, подібно до досконалої конкуренції, так само співпадають криві попиту і граничного виторгу  $D = AR = MR$ . Досконала цінова дискримінація пом'якшує недоліки монопольної влади і виявляється вигідною для обох сторін:

монополіст розширює обсяги випуску до ефективного рівня конкурентного ринку, відсутні безповоротні втрати, що сприяє зростанню добробуту суспільства. Проте весь надлишок споживачів перетворюється на монопольний прибуток, і суспільний добробут зростає саме за рахунок додаткових надприбутків монополіста, тоді як споживачі зовсім не одержують чистої вигоди.

Цінова дискримінація другого ступеня передбачає блокове призначення цін залежно від обсягів продажу: чим більша кількість товару купується, тим нижчою є ціна. Така цінова дискримінація сприяє розширенню виробництва, зменшенню витрат при позитивному ефекті масштабу і навіть підвищенню добробуту споживачів. Додатковий прибуток монополіста проте виявляється меншим, ніж у випадку досконалої цінової дискримінації, він не в змозі захопити весь надлишок споживача.

Цінова дискримінація третього ступеня застосовується, коли можна виділити окремі групи покупців з різною еластичністю попиту. Сегментація ринку здійснюється в залежності від тих чи інших ознак, які надають групі характерних рис споживання. На сегментованих ринках перерозподіл продукції між покупцями відбувається шляхом зниження цін для одних і підвищення для інших. Вища ціна встановлюється на тому сегменті ринку, де попит менш еластичний. Наслідки дискримінації в цьому випадку неоднозначні: вона може збільшити сукупний споживчий надлишок, а може зменшити його або залишити незмінним. Але прибуток монополії зростає, в іншому випадку монополія встановила б єдину ціну для всіх.

Історія розвитку монополій є водночас і історією боротьби з ними. Негативні результати монополізації виявляються уже в момент її виникнення.

По-перше, вона супроводжується особливим монопольним характером ціноутворення. Монопольні ціни відхиляються від ринкових, створюючи додаткові джерела прибутку для фірм-лідерів, при цьому споживач обкладається своєю «даниною» на користь монополій.

По-друге, монополія формує ціну на основі витрат свого найгіршого

підприємства, що зумовлює стійке зростання цін (інфляцію) і закріплює штучне існування неконкурентоздатних виробництв.

По-третє, монополія, як правило, гальмує науково-технічний прогрес. Послабивши тиск конкуренції, вона створює передумови для стримування «ноу-хау». За відсутності конкурентів нема потреби впроваджувати у виробництво науково-технічні досягнення.

По-четверте, монополія деформує структуру економіки. Застосовуючи механізм тиску, монополія придушує галузі, що мали б розвиватись більш швидкими темпами. Інші, неперспективні галузі і підприємства, за рахунок монопольних прибутків штучно утримуються «на плаву».

По-п'яте, монополія супроводжується посиленням тенденцій паразитизму в суспільстві, що є несправедливим і соціально небезпечним.

По-шосте, монополія до краю обмежує дію об'єктивного ринкового механізму попиту і пропозиції, що веде до диспропорцій суспільного відтворення і поглиблення суперечностей ринкової економіки. Зокрема, кризи з механізму поновлення порушених макроекономічних пропорцій перетворюються у руйнівний фактор.

Слід зазначити, що монополія має і свої «плюси». Фірма-монополіст володіє потужною матеріально-технічною базою, концентрує у себе важливі науково-технічні розробки, фінансово забезпечує можливість становлення нових галузей, використовує найбільш кваліфіковану робочу силу, має змогу, за рахунок масового виробництва, утримувати низьку собівартість продукції і т.ін.

### **3) Напрямки удосконалення антимонопольного регулювання в Україні з метою забезпечення конкурентного середовища**

Але соціально-економічні втрати від монополізму значно переважають його позитивні риси. Це змушує державу здійснювати антимонопольне регулювання на основі антимонопольного законодавства.

Перший антимонопольний закон було прийнято у Канаді у 1889 р., подібний закон у 1890 р. було прийнято і в США — так званий «акт Шермана». Вважається, що саме він заклав основи антимонопольного регулювання. «Закон Шермана» діє і дотепер (з доповненнями 1914 року — «закон Клейтона» і 1950 року — «закон Селлера-Кефопера»).

Проблема боротьби з монополізмом дуже актуальна і в Україні. Адже з 380 найбільших промислових підприємств 51,8% є єдиним виробником свого виду продукції в країні. Більше того, в українській економіці понад 90% адміністративно-організаційних структур є монопольними.

З 1992 року в Україні діє закон «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». Незважаючи на його недосконалість, він може стати і важливим важелем здійснення антимонопольної боротьби. Наприклад, він дає чітке визначення підприємства-монополіста (ним вважається підприємство, частка якого на ринку певного товару перевищує 35%).

Закон передбачає контроль за створенням фірм, що дасть змогу заборонити утворення монопольних об'єднань шляхом злиття чи реорганізації існуючих підприємств. Важливо і те, що даний закон передбачає утворення спеціального Антимонопольного комітету України.

Для подальшого удосконалення самого закону та механізмів використання необхідно більш широко використовувати багатий світовий досвід антимонопольного регулювання. У цьому відношенні особливу цінність мають, зокрема, критерії визначення релевантності ринку певний ринок нових підприємств-продуцентів даного товару.

Суть релевантного ринку визначається тим, наскільки вільним є доступ на цінним є досвід інших країн у регулюванні рівня концентрації виробництва, тому що саме він характеризує монополістичну спрямованість підприємства.

Наприклад, у ФРН максимально допустимим є рівень концентрації, коли одна фірма охоплює не більше 1/3 обороту ринку, чи три фірми однієї галузі — не більше 1/2 обороту ринку, або 5 будь-яких фірм — не більше 2/3 обороту ринку певного товару. Порушення цих вимог забороняється законом.

Для переходу до ринкової економічної системи перш за все необхідно подолати монополізм, що дістався нам у спадок від «командної» економіки. Для цього слід створити умови, за яких диктат монополій стане неможливим: по-перше, впровадити антимонопольні закони; по-друге, стимулювати конкуренцію, створити умови для її розвитку.

Українська держава приймає сьогодні антимонопольні закони. Визначена межа (40 відсотків від обсягу виробництва даного товару), яка визнається межею існування монополії, вироблені також економічні і адміністративні санкції щодо монополістів.

Проте дані закони не будуть ефективними, якщо не буде створено можливостей для вільного розвитку конкурентної системи. Для цього необхідно перейти до системи «змішаної економіки», впроваджувати різноманітні форми власності, перш за все приватну, без якої не може бути конкуренції.

Приватизація економіки означає не лише створення приватних і акціонерних підприємств, але й приватизацію соціальної сфери, у першу чергу житла. Ринкову економіку рухає власник, так звані «середній стан Лверства»), тому потрібен прошарок власників. Водночас слід пам'ятати і про соціальну справедливість, про рівні стартові можливості для всіх, хоча, зрозуміло, не усі можуть її використати.

Приватизація економіки підриває економічний монополізм адміністративної (тоталітарної) системи, створює ґрунт для появи конкуренції. Найбільш прийнятним шляхом приватизації уявляється суцільне акціонування



економіки, створення ринку цінних паперів.

Через акціонерні товариства кожен громадянин, отримавши приватизаційний сертифікат (цінний папір, що свідчить про частку кожного в загальній власності) і обмінявши його на акції якого товариства, може прилучитись до підприємницької діяльності, одержати первинний капітал, який дозволить відчувати себе власником.

Створення широкого конкурентного простору — це вирішальний крок до подолання монополізму. Але цей процес повинен регулюватись цілим пакетом економічних законів, які ще лише приймаються нашим парламентом, у т. ч. про конкуренцію, про приватну власність на землю, про економічну роль держави, про демополізацію економіки, про приватизацію державної і комунальної власності та багато інших.

Отже, антимонопольна політика спрямована на те, щоб, по-перше, запобігти створенню монополій, а по-друге, перешкодити використанню монопольної влади. Кожна країна повинна опрацювати свої засоби антимонопольної політики залежно від особливостей економічного становища.

В Україні антимонопольне законодавство набуло правової завершеності із закріпленням у Конституції принципу забезпечення державою захисту конкуренції у підприємницькій діяльності. Антимонопольна діяльність держави почалася з 1992 року, коли було прийнято Закон «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», з 1993 по 2015 роки діє Державна програма демополізації економіки і розвитку конкуренції. Всі прийняті закони України, у тому числі такі, як «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про Антимонопольний комітет України», «Про природні монополії», «Про захист економічної конкуренції», визначають пріоритетні напрями антимонопольної діяльності:

- припинення зловживань монопольним становищем;
- припинення неправомірних угод;
- припинення дискримінації підприємців органами влади й управління;
- припинення недобросовісної конкуренції;

- припинення недобросовісної реклами;
- контроль за додержанням антимонопольних вимог у процесі перетворення державної власності;
- контроль за економічною концентрацією;
- контроль за додержанням антимонопольних вимог у процесі антимонопольного регулювання;
- контроль за додержанням антимонопольних вимог при прийнятті рішень органами влади й управління.

Реалізація діяльності Антимонопольного комітету за цими напрямками дає йому можливість досягати головної мети антимонопольного законодавства: обмеження монополізму в економіці держави, розвиток, підтримку та захист конкуренції.

Державний контроль за додержанням антимонопольного законодавства у сферах природних монополій здійснюється Антимонопольним комітетом України відповідно до його компетенції.

Хоча по суті антимонопольні органи повинні здійснювати функцію контролю – контролювати дотримання конкурентного законодавства, попереджати і припиняти монополістичні дії та сприяти розвитку конкуренції, яка, в свою чергу, вже виконує регулюючі функції. Покладання на антимонопольні органи повноважень регулювання окремих параметрів виробництва у сфері природних монополій відволікає їх від основного завдання і унеможливорює ефективне виконання ними безпосередніх обов'язків – захисту конкуренції.

Таблиця 1

## Функціональна структура

Організаційно-правовий рівень державного органу	Назва органу державної виконавчої влади	Зміст функцій, що реалізуються державними органами виконавчої влади
Вищий	Антимонопольний комітет України	Антимонопольний комітет України здійснює свою діяльність на підставі законодавства про захист економічної конкуренції, що ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України і складається із Закону України «Про захист економічної конкуренції», Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.
Центральний	Тернопільське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України	Тернопільське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України створено 22 квітня 1994 року. Територіальне відділення є юридичною особою — органом у системі Відділення утворюється Антимонопольним комітетом України, йому підпорядковане і підзвітне. Спрямування, координація і контроль діяльності територіального відділення здійснюються Головою, його заступниками, державними уповноваженими Антимонопольного комітету України згідно з розподілом функціональних обов'язків. Свої завдання відділення здійснює у відповідному регіоні, а у випадках, передбачених законодавством, та за дорученням Голови Антимонопольного комітету України — за межами регіону
Місцевий	відсутній	

Процес монополізації економіки має як позитивні так і негативні наслідки. Існує позиція, що у великих підприємств та їх об'єднань більше можливостей розвивати сучасне виробництво, фінансувати науково-дослідні лабораторії, отримувати нові наукові результати, впроваджувати новітню техніку і технологію, здійснювати перекваліфікацію працівників, а також, пристосуватися до розвитку продуктивних сил, до структурних зрушень в економіці. Проте ніхто не заперечує, що недоліків у монополій значно більше, і перший <sup>3</sup>/<sub>4</sub> практика встановлення монопольних цін.

*Тернопільське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України здійснює:*

1) здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції;

2) контролю за узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулюванням цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;

3) сприяння розвитку добросовісної конкуренції.

Свої завдання відділення здійснює у відповідному регіоні, а у випадках, передбачених законодавством, та за дорученням Голови Комітету - за межами регіону.

3. У сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції відділення має такі повноваження: { Абзац перший частини першої пункту 3 із змінами, внесеними згідно з Розпорядженнями Антимонопольного комітету N 87-р ( z0255-07 ) від 06.03.2007, N 226-р ( z0734-12 ) від 18.04.2012 }

1) розглядати заяви і справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та проводити розслідування за цими заявами і справами;

2) приймати передбачені законодавством про захист економічної конкуренції розпорядження та рішення за заявами і справами, переглядати рішення у справах, надавати висновки щодо кваліфікації дій відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції;

3) перевіряти суб'єкти господарювання, об'єднання, органи влади, органи місцевого самоврядування, органи адміністративно-господарського управління та контролю щодо дотримання ними вимог законодавства про захист економічної конкуренції та під час проведення розслідувань за заявами і справами про порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

4) при розгляді заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, проведенні перевірки та в інших передбачених законом випадках вимагати від суб'єктів господарювання, об'єднань, органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, їх посадових осіб і працівників, інших фізичних та юридичних осіб інформацію, у тому числі з обмеженим доступом;

5) призначати експертизу та експерта із числа осіб, які володіють необхідними знаннями для надання експертного висновку;

6) у випадках та порядку, передбачених законом, проводити огляд службових приміщень та транспортних засобів суб'єктів господарювання - юридичних осіб, вилучати або накладати арешт на предмети, документи чи інші носії інформації, які можуть бути доказами або джерелом доказів у справі незалежно від їх місцезнаходження;

7) у разі перешкоджання працівникам відділення у виконанні ними повноважень, передбачених підпунктами 3, 4 і 6 цієї частини, залучати працівників органів внутрішніх справ для застосування заходів, передбачених законом, для подолання перешкод;

8) залучати працівників органів внутрішніх справ, митних та інших правоохоронних органів для забезпечення проведення розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зокрема в разі проведення розслідування;

9) залучати до проведення перевірок спеціалістів органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій за погодженням з їх керівниками, депутатів місцевих рад за їх згодою;

10) проводити дослідження ринку, визначати межі товарного ринку, а також становище, у тому числі монопольне (домінуюче), суб'єктів господарювання на цьому ринку та приймати відповідні рішення (розпорядження);

11) визначати наявність або відсутність контролю між суб'єктами господарювання або їх частинами та склад групи суб'єктів господарювання, що

є єдиним суб'єктом господарювання;

12) вносити до органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування обов'язкові для розгляду подання щодо анулювання ліцензій, припинення операцій, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання, у разі порушення ними законодавства про захист економічної конкуренції;

13) надавати обов'язкові для розгляду рекомендації органам влади, органам місцевого самоврядування, органам адміністративно-господарського управління та контролю, суб'єктам господарювання, об'єднанням щодо припинення дій або бездіяльності, які містять ознаки порушень законодавства про захист економічної конкуренції, та усунення причин виникнення цих порушень і умов, що їм сприяють;

14) звертатися до суду із позовами, заявами і скаргами у зв'язку із застосуванням законодавства про захист економічної конкуренції, а також із запитами щодо надання інформації про судові справи, що розглядаються цими судами відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції;

15) вживати заходів, спрямованих на запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції;

16) здійснювати інші повноваження, передбачені законодавством про захист економічної конкуренції.

Закон України "Про природні монополії" відіграє основну роль у системі державного регулювання функціонування природних монополій в Україні. Аналізуючи ситуацію у сфері природних монополій в Україні крізь призму стратегій поліпшення функціонування їхньої діяльності, звернемо увагу на такі основні моменти: по-перше, частина підприємств-природних монополістів знаходиться у державній власності; по-друге, частина підприємств-природних монополістів є приватною власністю; по-третє, в державі створено комісії для регулювання діяльності природних монополістів; по-четверте, механізми штучно стимульованої конкуренції не використовують. 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.

Державним регулюючим органам в Україні запропоновано постійно контролювати склад та структуру витрат, що є загальноприйнятою практикою за кордоном. З цією метою необхідне законодавче закріплення незалежного статусу регулюючого органу (НКРЕ), усунення дублюючих функцій між Антимонопольним комітетом України, галузевими міністерствами та НКРЕ.

Регулювання діяльності суб'єктів природних монополій у сферах, визначених у статті 5 Закону «Про природні монополії», здійснюється національними комісіями регулювання природних монополій, які утворюються і функціонують відповідно до Закону «Про природні монополії».

У випадках, встановлених законом, регулювання діяльності суб'єктів природних монополій може здійснюватися органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Якщо діяльність суб'єктів природних монополій, яка підлягає регулюванню згідно з Законом «Про природні монополії», спрямована на задоволення потреб окремого регіону, то функції регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, визначені Законом «Про природні монополії», можуть бути делеговані в установленому порядку Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласним, Київській та Севастопольській міським державним адміністраціям з наданням їм повноважень, передбачених статтею 14 Закону «Про природні монополії».

Органом регулювання у сфері зв'язку є Національна комісія з питань регулювання зв'язку, яка утворюється відповідно до Закону України «Про телекомунікації».

Державний контроль за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції у сферах природних монополій здійснюється Антимонопольним комітетом України відповідно до його компетенції.

Громадський контроль за діяльністю суб'єктів природних монополій здійснюють об'єднання споживачів у порядку, встановленому законодавством.

Органи, які регулюють діяльність суб'єктів природних монополій, сприяють здійсненню об'єднаннями споживачів громадського контролю за діяльністю суб'єктів природних монополій.

Відповідно до Закону «Про природні монополії» регулюється діяльність суб'єктів природних монополій у таких сферах:

- транспортування нафти і нафтопродуктів трубопроводами;
- транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл;
- транспортування інших речовин трубопровідним транспортом;
- передачі та розподілу електричної енергії;
- користування залізничними коліями, диспетчерськими службами, вокзалами та іншими об'єктами інфраструктури, що забезпечують рух залізничного транспорту загального користування;
- управління повітряним рухом;
- централізованого водопостачання та водовідведення;
- централізованого постачання теплової енергії;
- спеціалізованих послуг транспортних терміналів, портів, аеропортів за переліком, який визначається Кабінетом Міністрів України.

Перелік суб'єктів природних монополій складається та ведеться Антимонопольним комітетом України відповідно до його повноважень.

До суміжних ринків, що регулюються відповідно до Закону «Про природні монополії», належать:

- постачання природного газу та інших речовин, транспортування яких здійснюється трубопровідним транспортом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, який



встановлюється умовами та правилами здійснення підприємницької діяльності із зберігання природного газу (ліцензійними умовами);

- внутрішні та міжнародні перевезення пасажирів та вантажів залізничним, повітряним, річковим та морським транспортом;
- виробництво електричної енергії в обсягах, що перевищують рівень, який встановлюється умовами та правилами здійснення підприємницької діяльності з виробництва електричної енергії (ліцензійними умовами);
- постачання електричної енергії;
- виробництво теплової енергії (крім випадків, коли вона використовується виключно для внутрішньовиробничих потреб) в обсягах, що перевищують рівень, який встановлюється умовами та правилами здійснення підприємницької діяльності з виробництва теплової енергії (ліцензійними умовами);

Предметом регулювання діяльності суб'єктів природних монополій згідно з Законом «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.

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.

Суб'єкти природних монополій зобов'язані дотримуватися встановленого порядку ціноутворення, стандартів і показників безпеки та якості товару, а також інших умов та правил здійснення підприємницької діяльності, визначених у ліцензіях на здійснення підприємницької діяльності у сферах природних монополій та на суміжних ринках:

- вести окремий бухгалтерський облік за кожним видом діяльності, що підлягає ліцензуванню;
- забезпечувати на недискримінаційних умовах реалізацію вироблених ними товарів споживачам, а також не чинити перешкод для реалізації

угод між виробниками, що здійснюють діяльність на суміжних ринках, та споживачами;

- надавати органам, які регулюють їх діяльність, документи та інформацію, необхідні для виконання цими органами своїх повноважень, в обсягах та у строки, встановлені відповідними органами;
- забезпечувати посадовим особам органів, які регулюють їх діяльність, доступ до документів та інформації, необхідних для здійснення цими органами своїх повноважень, а також до об'єктів, устаткування та земельних ділянок, що є у їх власності або у користуванні.

Суб'єкти природних монополій не можуть вчиняти дії, які призводять або можуть призвести до неможливості виробництва (реалізації) товарів, щодо яких здійснюється регулювання відповідно до Закону «Про природні монополії», або до заміни їх іншими товарами, не однаковими за споживчими характеристиками.

Схема взаємодії спеціалістів антимонопольного комітету, продавців і покупців при перевірці порушення антимонопольного законодавства при закупці товару

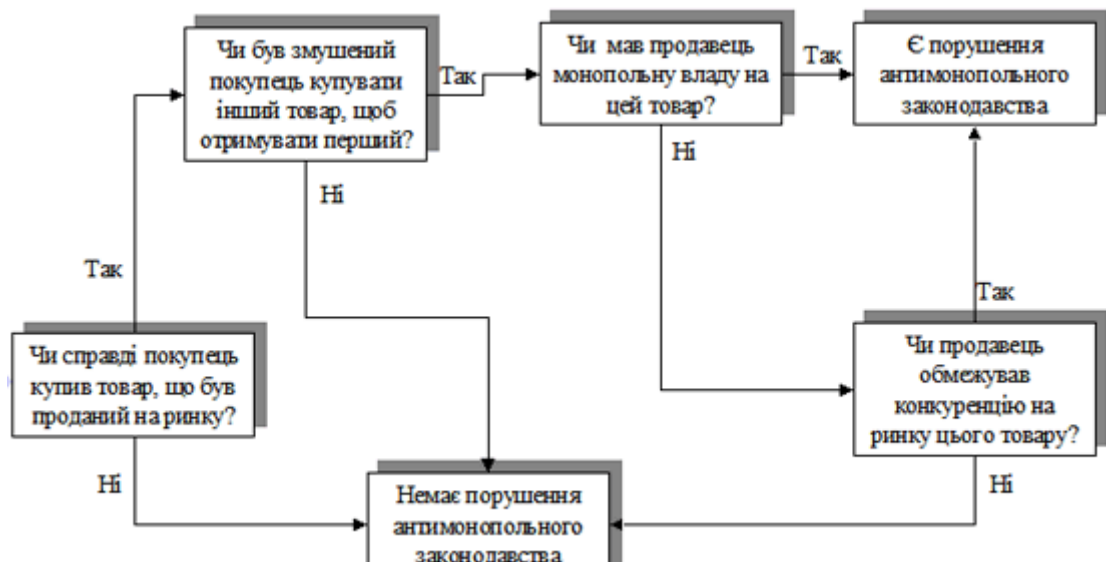


Рис.10. Взаємодія спеціалістів антимонопольного комітету, продавців і покупців при перевірці порушення антимонопольного законодавства при закупці товару

## Висновки

Порушення хоч однієї з умов повної конкуренції веде до виникнення неповної (недосконалої) конкуренції— це сукупність типів ринкових структур, у яких не діють умови повної конкуренції. Найсуттєвіша відмінність неповністю конкурентних ринків від повністю конкурентних полягає у здатності окремих учасників неконкурентних ринків тією або іншою мірою впливати на ринкові ціни, тоді як учасники повністю конкурентного ринку є ціноодержувачами.

Монополія — це такий тип ринкової структури, де:

- 1) весь галузевий випуск постачає одна фірма, частка кожного споживача (яких на ринку дуже багато) в загальному обсязі ринкової продукції незначна;
- 2) продукція однорідна і не має близьких заміників;
- 3) входження на ринок нових фірм блоковано;
- 4) споживачі не взаємодіють між собою;
- 5) існує повна поінформованість щодо ринкових цін, обсягів та попиту покупців.

Стисліше визначення монополії концентрує увагу лише на суттєвих її рисах: монополія, — це тип ринкової структури, коли лише одна фірма пропонує весь ринковий обсяг блага, для якого не існує близьких заміників.

Відповідно, фірма в умовах монополії зветься монополістом, а ринок, на якому діє монополіст - монопольним ринком.

Монополія, яка існує за рахунок економії на масштабі, зветься природною монополією.

Проблема максимізації прибутку фірми-монополіста розв'язується дещо інакше, ніж у випадку конкурентної фірми. Головна відмінність полягає в тому, що монополіст повинен прийняти рішення і щодо обсягу випуску, і щодо ціни, тоді як конкурентна фірма визначає лише обсяг.

При аналітичному розв'язку задачі для короткострокового періоду відмінності виникають за рахунок різних функцій попиту у випадку конку-

рентної фірми і монополіста: звідси випливають розбіжності у вигляді функцій виручки — завжди лінійної для конкурентної фірми і нелінійної для монополіста.

Правило граничного випуску  $MR=MC$ .

Існування різноманітних вхідних бар'єрів є джерелом монопольної влади. Монопольна (ринкова) влада полягає у здатності фірми впливати на ринкову ціну. Конкурентна фірма позбавлена ринкової влади. Чистий монополіст має абсолютну ринкову владу, його здатність впливати на ціну обмежує лише попит споживачів. Тому фірма-монополіст є ціноутворювачем - тобто встановлює ціну на ринку.

В Україні законодавство регулює діяльність монополій і суттєво їх обмежує

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.

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.

### Список використаних джерел

1. Закон України “Про Антимонопольний комітет України”. Електронний ресурс: [режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>]
2. Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції”. Електронний ресурс: [режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>]
3. Закон України “Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності”. Електронний ресурс: [режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>]
4. Архангельський Ю. Чи є шкода від монополії? //Економіка України. - 2006. - № 11. - С. 62-69
5. Биконя С. Ф. Поведінка монополій в умовах перехідної економіки/ //Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 5. - С. 4 - 14.
6. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник/ З.М. Борисенко. – Івано-Франківськ: в-во «Карпати», 2014. - 697с.
7. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: Навч. посібник для учнів ліцеїв, гімназій та середніх загальноосвітніх закладів/ А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К: «Знання», 2012. - 543с.
8. Економічна теорія: Посібник для вищої школи/ Ред. Є.М. Воробйов – К: «Знання», 2013. - 704с.
9. Косік А.Ф. Мікроекономіка: Навч. посібник/ А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська. К: «Знання», 2014. - 415с.
10. Кравченко Ю. Природні монополії в економіці України //Економіст. - 2014. - № 12. - С. 46-48
11. Крупка М.І. Основи економічної теорії: Підручник/М.І. Крупка, П.І. Островерх С.К. Ревечук Б. – Київ: в-во «Столичне», 2014. - 344с.
12. Кулішов В.В. Мікроекономіка: основи теорії і практикум: Навч. посібник/ В.В. Кулішов. – Миколаїв: видавництво «Чорномор», 2014. -331с.
13. Лагутін В. Шкода від монополії і користь від конкуренції: чи все так просто? //Економіка України. - 2012. - № 4. - С. 55-61

14. Мініна О.В. Мікроекономіка: Навчальний посібник для студ. вищих навч. закладів/ О.В. Мініна, О.Я. Базілінська. – Одеса: в-во «Перлина», 2014. - 350с.
15. Мочерний С.В. Основи економічних знань: Підручник/ С.В. Мочерний. К: «Знання», 2012. -312с.
16. Пономаренко О.І. Сучасний економічний аналіз: У 2 ч.: Навч. посібник. Ч. 1: Мікроекономіка. – Київ: «Знання», 2014. - 262с.
17. Стадницький Ю. Причини виникнення та існування природних монополій //Актуальні проблеми економіки. - 2013. - № 10. - С.25-40.
18. Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб/Ред. О.П.Степанов. - Львів: в-во «СТАРИЙ ЗАМОК», Вин. 2(9), 2015. - 567с.
19. Супрун В. Проблеми державного регулювання природних монополій в Україні: розвиток та перспективи //Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 12. - С.20-25.
20. Филюк Г. Соціально-економічні наслідки монополії: теоретичний і практичний аспект //Економіка України. - 2016. - № 1. - С. 30-41
21. Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник/ В.М. Шаповал, Р.Н. Аврамчук, О.В. Ткаченко; Ред. В.А. Ткаченко. – Львів: в-во «СТАРИЙ ЗАМОК», 2013. - 288с.