

Всеукраїнський студентський економічний форум 5. Конкуренція і ринкова структура – як захистити інтереси підприємців. 12.05.2019

Зміст

Залежно від існуючих ринків розрізняють чотири типи ринкових структур конкуренції, які в свою чергу поділяються на ідеальні та реальні.

До ідеальних відносять ті, які в сучасних умовах в чистому вигляді не існують, до них можна лише наблизитися. Такими ринками є чиста монополія і досконала конкуренція.

Досконала (чиста) конкуренція характеризується великою кількістю виробників і споживачів, які діють незалежно один від одного і не можуть впливати на формування ринкових цін.

В сучасній Україні дуже важко знайти приклади щось подібного або наближеного до досконалого конкурентного ринку, та й взагалі у світі, ну, можливо лише фондові ринки.

В сучасних умовах функціонує недосконала конкуренція.

Недосконала конкуренція - це конкуренція на ринку із певними обмеженнями, на якому присутня велика кількість виробників, що пропонують подібний, але не однорідний товар. Важливу роль на цьому ринку відіграє реклама, товарні знаки, тобто виробники переконують споживачів, що саме їхній товар є найкращим і найкориснішим серед інших аналогічних товарів.

Недосконала конкуренція об'єднує наступні ринкові структури: монополістичну конкуренцію, олігополію та олігопсонію.

Монополістична конкуренція - це ринкова ситуація, за якої велика кількість виробників реалізує схожу, але не ідентичну продукцію, намагаючись надати їй реальних чи уявних виключних якостей.

Ринок монополістичної конкуренції найбільш поширений в сучасній ринковій економіці. Даний тип ринкової структури охоплює виробництво одягу і взуття, косметики, електроприладів, ліків, канцелярських товарів, тканин, персональних комп'ютерів, пральних порошоків, кондитерських виробів і ласощів, роздрібну торгівлю, підприємства харчової промисловості, побутового обслуговування населення та інші галузі.

Олігополістична конкуренція. Олігополія у перекладі з грецької означає «декілька продавців». Ця конкуренція діє на ринку, який складається з невеликої кількості продавців. Коли кажуть «велика

трійка», «велика четвірка» чи «велика шістка», то мова йде саме про олігополію. Під олігополією розуміють ринкову структуру, в якій домінують кілька фірм-виробників, кожна з яких виробляє значну частину продукції і своєю поведінкою може впливати на ринкову ціну. Частка кожної з них є досить великою, щоб впливати на ринок власними силами. Але загалом ціна на продукцію залежить від спільних дій кількох продавців, Тому кожний олігополіст розробляє цінову політику не тільки відносно споживачів, а зважаючи також на дії інших підприємців.

Олігополістичні ринки також дуже поширені в сучасній ринковій економіці. Вони існують в галузях по виробництву чавуну, сталі, прокату, цементу, мінеральних добрив, алюмінію, спирту (однорідний, стандартизований продукт), а також побутової техніки, автомобілів, кораблів, літаків, зброї, послуг зв'язку, гуртової торгівлі тощо (диференційований продукт). В Україні прикладом олігополії є ринки хімічної, металургійної, вугільної та інших видів продукції. Окремим випадком олігополії є олігопсонія. Це ринок, де працює декілька фірм-покупців, до яких надходить більша частина продажу товару. Прикладом олігопсонічного ринку в Україні є ринки сільгосппродукції: молока, м'яса, соняшника тощо.

Чиста монополія означає виробництво унікальної продукції, у якої немає товарів-замінників.

Фірма монополіст отримує виключне становище на ринку, завдяки якому вона може контролювати ціноутворення та мати монополію на ринку.

На ґрунті панування чистої монополії зросли диспропорції і поглибились суперечності ринкової економіки, що насамперед проявилось у небезпечному поглибленні економічних спадів і небаченому зростанні безробіття.

Якщо на ринку склалася ситуація, коли діє один покупець, то таку ринкову структуру називають **монопсонія**. Найчастіше вона зустрічається на ринку праці, коли велике підприємство виступає єдиним покупцем робочої сили відповідного фаху.

В окремих випадках можливе виникнення **двосторонньої монополії** – на ринку діють один покупець і один продавець (виготовлення товарів на замовлення в одиничному екземплярі).

В Україні чиста монополія зберігається тільки серед природних монополій.

Економічна недоцільність конкуренції у сферах діяльності природних монополій пояснюється тим, що виграш від її наявності не покриває значних витрат суспільства на її запровадження та підтримку. Адже присутність більшої кількості виробників на ринку сприятиме пропорційному скороченню виробництва кожного з них, і як результат, недовикористання основних виробничих потужностей. Внаслідок цього зростатимуть тарифи на поставки, що матиме негативні наслідки для суспільства.

Проблема існування природних монополій і їх ефективності є надзвичайно актуальною для економіки України, тому найбільш економічним режимом експлуатації таких систем є максимальне завантаження, яке досягається підключенням усіх потенційних споживачів. Держава в більшості випадків сама створює легальні бар'єри, надаючи компаніям - природним монополістам виключні права на здійснення певного виду діяльності, блокуючи таким чином вхід у ці галузі потенційних конкурентів. В Україні запроваджено ліцензування діяльності не тільки господарюючих суб'єктів на ринках природних монополій, але й на суміжних з ними.

Увага!

Сферами діяльності природних монополій є ринки:

- **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.**

До суміжних ринків суб'єктів природних монополій, що регулюються, належать ринки:

- **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).

Регулювання діяльності суб'єктів природних монополій у визначених сферах здійснюється національними комісіями регулювання природних монополій, які мають спеціальний статус центрального органу виконавчої влади та утворюються і функціонують відповідно до законодавства.

Держава повинна використовувати увесь арсенал засобів економічного, правового, адміністративного характеру з метою встановлення таких «правил гри» для цих суб'єктів, які б дали змогу отримати оптимальний результат.

Цікавий факт - розвиток технологій та зміна ринкової кон'юнктури може зробити природну монополію неприродною і навпаки!

Простий тест на природність монополії – перевірити, наскільки вона боїться конкуренції. Справжня природна монополія добре розуміє, що «розмір має значення»: навіть, якщо конкуренти і зможуть вийти на ринок, їм не вдасться відібрати його велику частку. Типовий приклад – залізні дороги у Швеції. Там провели класичний вертикальний розподіл галузі на інфраструктуру та залізничні перевезення, після чого була дозволена вільна конкуренція на ринку перевезень. За 10 років новим компаніям вдалося відвоювати у монополії лише 10% ринку – «ефект масштабу» захищає її кращих будь-яких обмежень. Тобто твердження «аби уникнути неефективності потрібно захиститися від конкуренції» є, насправді, помилковим.

Суттєвим чином у ряді випадків надання послуг, їх ціна та якість змінилися, якщо б були запроваджені вертикально інтегровані довгострокові концесії. І продуктивність праці збільшилася б, і реальна конкуренція перетворили б збиткові компанії у прибуткові. Як це було із залізничними компаніями, наприклад, у Мексиці.

Зміни у технологіях виробництва та у структурі економіки можуть приводити до того, що деякі природні монополії перестають бути такими, а інші – навпаки – ними становляться. Для правильного визначення природної монополії необхідно лише спиратися на досвід інших країн, а не довіряти загальноприйнятим стереотипам, які так вдало використовують зацікавлені групи.

А для захисту конкуренції в Україні розроблено антимонопольне законодавство і створено Антимонопольний комітет. Застосування антимонопольної політики має на меті підтримку досягнутого рівня конкуренції та її захист на існуючих ринках; захист інтересів підприємців і споживачів від монопольної діяльності та недобросовісної конкуренції.

Ще раз – від монопольної діяльності та недобросовісної конкуренції. А як це працює в світі? І чи можливо, за умов, глобальних процесів захистити національне виробництво чи ні? Про це у наступному випуску.