Тема 6: МОНОПОЛІЯ: МІСЦЕ І РОЛЬ НА РИНКУ

План

1. Сутність і причини виникнення монополії.
2. Види ринкової монополії.
3. Плавила поведінки фірм-монополістів.
4. Регулювання діяльності монополій.
5. **Сутність і причини виникнення монополії**

***Монополія -*** *виключне право виробництва, промислу, торгівлі та інших видів діяльності, що належить одній особі, певній групі осіб або державі.* Це означає, що за своєю природою монополія - пряма протилежність вільної конкуренції.

***Монопо́льне утво́рення*** — підприємство, об'єднання чи господарське товариство та інше утворення, що займає монопольне становище на ринку.

Термін «монополія» походить від грецьких слів («mono» — один, «poleo» — продаю) — наявність одного продавця товару чи послуги на ринку.

Суб'єкт господарювання займає монопольне (панівне, домінуюче) становище на ринку товарів, якщо:

— на цьому ринку немає жодного конкурента;

— немає значної конкуренції внаслідок обмеженої можливості доступу інших підприємств на ринок;

— частка підприємства на ринку продукції перевищує 35% і суб'єкт господарювання не довів, що зазнає значної конкуренції.

*Причини виникненні монополій* пов'язані передусім із змінами в технологічному способі виробництва. Передумовою цих змін була промислова революція кін. XVIII — поч. XIX ст., технічні винаходи, поява нових галузей промисловості та швидкий розвиток виробництва в багатьох із них, насамперед, у легкій промисловості.

 Через процес концентрації виробництва, коли підприємства, замість ведення між собою виснажливої конкурентної боротьби, укладають між собою угоду, тобто об'єднують і капітал.

1. *Централізація виробництва* — це збільшення масштабів виробництва продукції в результаті об'єднання кількох підприємств в одне і загальним управлінням. (щоб вижити в такій боротьбі, отримати більше прибутків).
2. *Централізація капіталу* — це збільшення розмірів капіталу, внаслідок об'єднання або злиття раніше самостійних капіталів. Наприклад: утворення акціонерних компаній.
3. *Внаслідок дій держави* (спеціальних або навмисних її кроків).
4. *Поява акціонерної капіталістичної власності,* коли індивідуальна приватна власність перетворюється на гальмо продуктивних сил. Це означає, що в кінці XIX ст. під впливом наукових винаходів (нові види двигунів і т. д.) потрібно було будувати такі заводи, які неспроможний був побудувати жоден капіталіст. Крім того, у цей час починається спорудження залізниць, інших великих об'єктів. Нагромадити необхідні кошти окремий капіталіст міг хіба через десятки років. Виникає необхідність у новій формі власності, яка б змогла швидко розв'язати ці проблеми. Нею стала акціонерна капіталістична власність, що виникла в результаті злиття, об'єднання декількох капіталістів.
5. *Кризові явища в економіці.*
6. **Види ринкової монополії.**

Протягом всієї історії розвитку монополій, вони були представлені різними видами, які можна класифікувати за такими ознаками:

**За причиною виникнення** — природна, адміністративна, економічна.

*Природна монополія* виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона відбиває ситуацію, коли попит на даний товар чи послугу найкраще задовольняється однією або кількома фірмами. В її основі — особливості технологій виробництва й обслуговування споживачів. Тут конкуренція неможлива або небажана, бо при входженні в галузь інших фірм, витрати на виготовлені продукції зростуть. Причиною є економія від маштабу — чим більше вироблено продукції, тим менша її вартість. Прикладом можуть служити енергозабезпечення, телефонні послуги, зв'язок, трубопровідний транспорт і т. д. У цих галузях існує обмежена кількість, якщо не єдине національне підприємство, і тому, природньо, вони посідають монопольне становище на ринку. Ліквідація чи розукрупнення таких монополій економічно недоцільні. Найвища ефективність функціонування галузі забезпечується лише за умови наявності одного виробника чи дистриб’ютора (розподільника).

*Адміністративна монополія (штучна)* виникає внаслідок дій державних органів:

1. надання окремим фірмам виключного права на виконання певного роду діяльності. Так голландській та англійській Ост-Індським компаніям на початку 17 ст. державою було надано вийняткове право на торгівлю з Індією;
2. це організаційні структури для державних підприємств, коли вони об'єднуються і підпорядковуються різним главкам, міністерствам, асоціаціям. Тут, як правило, групуються підприємства однієї галузі. Вони виступають на ринку як єдиний господарський суб'єкт і між ними відсутня конкуренція. Економіка колишнього Радянського Союзу належала до найбільш монополізованих у світі. Домінуючою там була саме адміністративна монополія, передусім монополія всесильних міністерств і відомств. Більше того, існувала абсолютна монополія держави на організацію й управління економікою, яка базувалась на пануючій державній власності на засоби виробництва.

Найпоширенішою є *економічна монополія.* Саме про неї ітиме головним чином мова далі. Її поява зумовлена економічними причинами, вона виростає на базі закономірностей господарського розвитку. Йдеться про підриємців, які зуміли завоювати монопольне становище на ринку. До нього ведуть два основні шляхи: 1) успішний розвиток підприємства, постійному зростанні його масштабів шляхом концентрації капіталу; 2) набагато швидший — базується на процесах централізації капіталів, тобто на добровільному об'єднанні або поглинанні переможцями банкрутів. Тим чи іншим шляхом або поєднуючи обидва, підприємство досягає таких масштабів, коли починає домінувати на ринку. Воно переходить в іншу категорію підприємств: з розряду «статистів», що не грають істотної ролі і кожне зокрема не може вплинути на загальну ситуацію, до розряду «солістів», які фактично розігрують ринковий «спектакль».

**За формою об'єднання капіталу** монополії поділяють на трести, синдикати, картелі, багатогалузеві концерни.

*Картель —* це об'єднання декількох підприємств однієї галузі виробництва, учасники якого зберігають свою власність на засоби виробництва і вироблений продукт, промислову і комерційну самостійність, і домовляються про частку кожного в загальному об'ємі виробництва, цінах, ринках збуту. Існує багато міжнародних картелів. Найвідоміший з них — це картель Організації країн експортерів нафти (ОПЕК). Він намагається регулювати випуск нафти його членам, з метою контролювати ціну, щоб максимізувати групові прибутки.

*Синдикат* — це об'єднання ряду підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, але втрачають власність на виготовлений продукт, а значить, зберігають виробничу, але втрачають комерційну самостійність. У синдикатів збут товарів здійснюється загальною збутовою конторою.

*Трест* — це об'єднання ряду підприємств однієї або декількох галузей промисловості, учасники якого втрачають власність на засоби виробництва і виготовлений продукт, виробничу і комерційну самостійність, тобто об'єднують виробництво, збут, фінанси, управління, а на суму вкладеного капіталу власники окремих підприємств отримують акції тресту, які дають їм право брати участь в управлінні і привласнювати відповідну частку прибутку.

*Багатогалузевий концерн* — це об'єднання десятків і навіть сотень підприємств різних галузей промисловості, транспорту, торгівлі, учасники якого втрачають власність на засоби виробництва і виготовлений продукт, а головна фірма здійснює над іншими учасниками об'єднання фінансовий контроль. Серед 500 наймогутніших монополій США понад 90% існують у формі багатогалузевих концернів. Лише 5% серед цих гігантських корпорацій випускають однопрофільну продукцію, а переважна більшість їх має у своєму складі у середньому підприємства 11 галузей, а найбільш могутні монополії — до 30-50 галузей. У 60-ті роки у США і деяких інших країнах почали зростати *конгломерати,* тобто монополістичні об'єднання, які утворилися шляхом поглинання прибуткових різногалузевих підприємств, які не мали виробничої та технічної спільності.

 Сутність і особливості всіх видів монополістичних об'єднань яскраво проявляються в цілях і характері їхньої поведінки.

1. **Плавила поведінки фірм-монополістів**

 Поведінка монополістичних об'єднань на ринку відрізняється принципово іншим, ніж при конкуренції, підходом до ціноутворення. Монополісти завойовують ринок, щоб за допомогою встановлюваних ними цін збирати своєрідну данину із залежних від них господарюючих суб'єктів. Таким способом вони отримують набагато більші доходи в порівнянні з їх середнім рівнем, які встановилися в національному господарстві.

 Як відомо, учасники вільної конкуренції сприймають ринкову ціну як утворену незалежно від їх участі. Але фірми-монополісти самі і на свій розсуд встановлюють ринкову ціну на вироблену ними продукцію. В умовах вільної конкуренції при визначенні рівноважної ціни враховується взаємодія попиту та пропозиції (відповідно кривою попиту і кривої пропозиції). Однак монополістичні об'єднання абсолютно не беруть до уваги об'єктивно необхідний обсяг виробництва благ. Тому при визначенні динаміки цін на продукцію монополій взагалі відсутня крива пропозиції.

 Ці організації маніпулюють (управляють) законом попиту: за своїм уподобанням впливають на ціну й обсяг попиту в своїх інтересах.

 Панівні на ринку фірми використовують в якості свого основного інструменту маніпулювання монопольну ціну.

 *Монопольна ціна* - особливий вид ринкової ціни, яка встановлюється на рівні вище або нижче суспільної вартості або рівноважної ціни з метою отримання монопольного доходу.

Правила поведінки фірм-монополістів залежать від того, як вони ведуть своє ціноутворення.

1) *Перше правило:* фірми встановлюють монопольно високі ціни на свою продукцію, що перевищує суспільну вартість або можливу рівноважну ціну. Це досягається тим, що монополісти навмисно створюють зону дефіциту, скорочуючи обсяги виробництва і штучно створюючи підвищений купівельний попит.

 При кожному відновленні процедури підвищення цін монополія враховує втрати, які вона несе від зменшення обсягу виробництва і продажу товарів. Щоб перекрити таку втрату доходу, вона встановлює нові ціни на настільки високому рівні, щоб виручка від реалізації меншої кількості виробів покривала упущену вигоду і давала збільшену суму доходу.

2) *Друге правило:* монополія встановлює монопольно низькі ціни на товари, що купуються у аутсайдерів. Зниження ціни в порівнянні з суспільною вартістю чи можливої рівноважної ціни досягається за допомогою штучного створення надлишку продукції. У цьому випадку монополія навмисно зменшує закупівлі товарів, через що їх пропозиція перевищує попит. Так зазвичай поводяться монополії, які займаються переробкою сільськогосподарської продукції, скуповують її у маси дрібних ферм.

 Характерний такий приклад. Монополії західних країн здавна закуповують дешеву сировину у підприємців і дрібних товаровиробників країн Азії, Африки та Латинської Америки. Низькі ціни встановлюються на ряд товарів традиційного африканського експорту (чай, кава, какао-боби). У цілому індекс цін для 16 основних експортних товарів африканських країн знизився до кінця 1987 р. в 2 рази в порівнянні з 1977 роком.

3) *Третє правило:* фірма подвоює збирану "данину" за допомогою так званих "ножиць цін". Йдеться про монопольно високі і монопольно низькі ціни, рівні яких віддаляються один від одного подібно лезам ножиць. Такий рух цін грунтується на збільшенні надлишку і дефіциту товарів. Воно характерне для багатьох підприємств обробної промисловості, які в умовах інфляції підвищують ціни на свої готові вироби в кілька разів більше, ніж збільшуються ціни в галузях добувної промисловості.

 У другій половині XX ст. із зростанням сфери агробізнесу в США, Франції, Великобританії та інших західних країнах "ножиці цін" стали одним з головних методів, за допомогою якого великі фірми витіснили дрібних і середніх фермерів з сільськогосподарського виробництва.

 У нашій країні "ножиці цін" використовувалися особливо широко в період індустріалізації народного господарства. Держава встановлювала відносно високі ціни на промислові вироби і дуже низькі закупівельні ціни на сільськогосподарську сировину, чим завдала великої шкоди економіці села. Досі такого роду "ножиці цін" не усунуті. Наприклад, в 1994 р. ціни на промислові засоби виробництва, випущені для сільського господарства, росли в 3 рази швидше, ніж ціни на сільськогосподарську продукцію.

4) *Четверте правило:* фірми-монополісти навмисно стримують вдосконалення техніки і технології з тим, щоб не підірвати штучно підтримуваний дефіцит, а отже, і не позбутися монополістичних вигод. Вони скуповують новітні патенти на винаходи і, як кажуть, "кладуть під сукно" - не допускають їх застосування у виробництві.

 Вони поводяться так до тих пір, поки загострювана конкуренція не змусить їх впроваджувати науково-технічні досягнення.

 Значить, поведінка фірм-монополістів завдає шкоди використанню виробничих можливостей країни. Підраховано, що в США чисті збитки від нераціонального використання ресурсів у 80-х рр. склали 0,5-2% валового національного продукту. Але в правовій і демократичній державі на негативні дії монополістів виникають протидії.

**4. Регулювання діяльності монополій**

 У країнах Заходу є дві сили, які в тій чи іншій мірі протидіють абсолютній монополізації економіки:

а) держава, що регулює діяльність монополій на ринку;

б) конкурентна боротьба між самими монополіями.

Давайте докладніше розглянемо ці протидії.

 Монополізація ринку особливо широко розгорнулася наприкінці XIX в. в США. І тоді тут почалося масовий виступ споживачів, дрібних і середніх підприємців проти гніту монополій. У правовій державі даний конфлікт був вирішений таким чином, що держава ввела антимонопольне законодавство. У 1890 р. американський конгрес прийняв Акт Шермана проти трестів.

Це регулювання проводиться за чотирма напрямками.

1) *обмежується монополізація ринку.* При цьому під монополізацією розуміється не укрупнення виробництва, а тільки серйозне обмеження торгівлі. Монополізацією ринку визнано володіння ринковою часткою, що дорівнює або перевищує 60%.

2) *забороняється злиття конкуруючих компаній.* Воно розцінюється як таке, що підсилює монополізацію і послаблює конкуренцію. На цій підставі ряд монополістичних об'єднань було розпущено, хоча повністю не зупинено процесс централізації економіки. Щорічно в США проходить до двох тисяч злиттів фірм. І лише їх мала частина контролюється державою.

3) *забороняється встановлення монопольних цін* (у тому числі "лідерство" фірм у підвищенні цін та інші види змови щодо цін).

4) *збереження і підтримка конкуренції* в її цивілізованих формах.

Необхідність такого роду правових заходів пов'язана з поширенням недобросовісних методів суперництва. В арсенал цих методів увійшли: підробка продукції конкурентів, порушення патентів, копіювання товарних і фірмових знаків, обман споживачів. Проти своїх ринкових супротивників багато фірм застосовують "промислове шпигунство" (таємно вивідують виробничі секрети, використовуючи для цього електронні засоби, послуги "перебіжчиків" з підприємств конкурентів і т.п.).

*Антимонопольне законодавство* переслідує двояку мету:

1) в якійсь мірі обмежити процес монополізації ринку;

2) захистити конкуренцію і ввести "правила" цивілізованого ринкового суперництва.

Щоб покінчити з монополізацією, здійснюються організаційно-економічні та правові заходи:

- за допомогою податків вилучаються доходи, отримані від штучного роздування цін;

- підтримується малий і середній бізнес;

- організовуються об'єднання споживачів, що відстоюють їх інтереси.

Цими та іншими способами створюються умови для становлення конкуренції - потужного двигуна технічного та економічного прогресу.