

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний університет внутрішніх справ**  
**Сумська філія**  
**Кафедра соціально-економічних дисциплін**

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**  
з навчальної дисципліни «Основи економічної теорії»  
обов'язкових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
081 Право (право)

за темою – «Конкуренція і монополія в ринковій економіці»

### **ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 14.08.2024р. № 8

### **СХВАЛЕНО**

Вченою радою  
Сумської філії  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 08.07.2024р. № 8

### **ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та соціально-  
економічних дисциплін  
Протокол від 13.08.2024р. № 7

Розглянуто на засіданні кафедри соціально-економічних дисциплін Протокол від 25.06.2024р. № 23

### **Розробник:**

завідувач кафедри соціально-економічних дисциплін Сумської філії ХНУВС,  
кандидат економічних наук, доцент Лук'янихіна О.А.

### **Рецензенти:**

1. Професор кафедри міжнародних економічних відносин ННІ БіЕМ СумДУ, доктор економічних наук, професор Таранюк Л.М.
2. Завідувач кафедри юридичних дисциплін Сумської філії Харківського національного університету внутрішніх справ, доктор юридичних наук, доцент Панасюк О.В.

### План лекції

1. Сутність і функції конкуренції. Економічний закон конкуренції
2. Основні види, форми і методи конкуренції
3. Причини виникнення, сутність та основні форми монополій
4. Антимонопольна політика держави. Антимонопольне законодавство

### Рекомендована література.

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003.
2. Про Антимонопольний комітет України: Закон України № 3659-XII від 26.11.1993 та змінами від 19.09.2019. *Відомості Верховної Ради України*. 1993. № 50(14.12.1993). Ст. 472. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text>
3. Про державну допомогу суб'єктам господарювання: Закон України № 1555-VIII від 01.07.2014 із змінами від 03.07.2018р. *Відомості Верховної Ради*. 2014. № 34, ст.1173 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18#Text>
4. Про запобігання корупції: Закон України № 1700-VII від 14.10.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>.
5. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 № 236/96-BP/ URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
6. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січня 2001 року №2210 – III // *Український кур'єр*. 2001, №50. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
7. Положення про порядок проведення перевірок додержання законодавства про захист економічної конкуренції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0139-02#Text>

### Основна

1. Основи економічної теорії : навч. посіб. / Т. Ф. Ларіна, Н. В. Павленко, В. Ю. Прокопенко та ін.; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків : ФОП В.П. Тарасенко, 2015. 310 с. URI: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/7766>
2. Основи економічної теорії та судової бухгалтерії: навч. посіб. /Т.Ф. Ларіна, Н.В. Павленко, С.О. Ткаченко, В.А. Фурса; МВС України, Харків. Нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2019. 328 с. URI: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/7766>
3. Камінська Т. М. Основи економічної теорії. 2-е вид., випр. К.: ВСВ «Медицина», 2018. 222с. URL: <https://www.medpublish.com.ua/images/pdf/74988.pdf>

### Допоміжна

1. Економічна теорія / Н. П. Мацелюх, Л. М. Касьяненко, І. А. Максименко [та ін.] ; Ун-т ДФС України. Ірпінь, 2019. 478 с. (Серія «На допомогу студенту УДФСУ, т. 56). URL: [http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4227/1/4064\\_IR.pdf](http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/4227/1/4064_IR.pdf)
2. Організаційно-економічний механізм протидії злочинам в економічній сфері : монографія / За ред. Черевка О.В., Мігус І.П., Гнилицька Л.В. Черкаси : видавець Чабаненко Ю.А. Черкаси, 2016. 466 с. URL:

<http://eprints.cdu.edu.ua/4048/1/55153536.pdf>

3. Основи економічної теорії: підруч. / за заг. ред. Л.С. Шевченко. Харків: Право, 2016. 448 с. URL: [https://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/KOMPLEKS/ET/KURS/OSNOVA\\_ET/EkonomTeoria.pdf](https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KOMPLEKS/ET/KURS/OSNOVA_ET/EkonomTeoria.pdf)
4. Підприємництво, торгівля і біржова діяльність: підручник / під заг. ред. І. М. Сотник, Суми. 2018. 572 с. <file:///C:/Users/A351~1/AppData/Local/Temp/6808472.pdf>

#### **Наукові статті**

1. Безух О. Товар і майнові відносини в умовах економічної конкуренції. *Підприємництво господарство і право*. 2017. № 4. С.54-58. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/4/12.pdf>
2. Лагутін, Василь Монополія та конкурентна політика: політико-економічні проблеми. *Економічна теорія*. 2015. № 4. С.89-96.

#### **Інформаційні ресурси в Інтернеті**

1. <https://amcu.gov.ua/--> офіційний сайт антимонопольного комітету України

## План лекції

1. Сутність і функції конкуренції. Економічний закон конкуренції
2. Основні види, форми і методи конкуренції
3. Причини виникнення, сутність та основні форми монополій
4. Антимонопольна політика держави. Антимонопольне законодавство

## Текст лекції

### 1. Сутність і функції конкуренції. Економічний закон конкуренції

Конкуренція виникла разом з товарно-ринковим господарством ще в рабовласницькому суспільстві і є його невід'ємним атрибутом. Найбільшого розвитку набула на домонополістичній стадії капіталізму. Ступінь розвитку конкуренції є одним із вирішальних критеріїв розвиненості й цивілізованості ринкових відносин.

Термін “конкуренція” походить від латинських слів (*concurrere* – зіштовхуватися, *concurrentia* – змагання). Тлумачний словник В. Даля визначає поняття “конкуренція” як змагання, боротьбу за досягнення найбільших переваг.

***Політична економія розглядає економічну категорію конкуренції як суперництво, боротьбу між суб'єктами господарської діяльності за найбільш вигідні умови господарювання, привласнення максимальних прибутків.***

**Конкуренція** – це: 1) суперництво, боротьба між виробниками товарів та послуг за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукту, одержання найвищих прибутків; 2) раціональна поведінка, яка виникає в умовах суперництва та боротьби економічних агентів за обмежені блага (ресурси, товари чи гроші)¶

Ринково-конкурентний механізм „невидимою рукою” А. Сміта стимулює, націлює підприємців на задоволення власних, приватних, егоїстичних інтересів і одночасно на служіння інтересам суспільства.

***Сучасними факторами розвитку конкуренції*** можна вважати:

*Загальноекономічні, технологічні, інституційно-соціальні, міжнародні.*

Економічним підґрунтям розвитку конкурентних відносин в Україні та інших постсоціалістичних країнах стали демонополізація, приватизаційні процеси, роздержавлення власності, стимулювання підприємництва, малого і середнього бізнесу, залучення іноземних інвестицій, лібералізація торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності.

**Економічний закон конкуренції.** У процесі конкуренції між ринковими суб'єктами виробництва і реалізації товарів виникають стійкі істотні взаємозв'язки, які свідчать про те, що це явище не суб'єктивно-випадкове, а має силу ***об'єктивного економічного закону конкуренції***. Він зумовлюється

господарською самостійністю й уособленістю суб'єктів ринкової економіки, залежністю їх від кон'юнктури ринку, протистоянням усім іншим суб'єктам у певній сфері діяльності.

За своєю сутністю **закон конкуренції** виражає внутрішньо необхідні, сталі й суттєві причинно-наслідкові взаємозв'язки між товаровиробниками, споживачами та їх посередниками, які (зв'язки) є примусовою силою у боротьбі за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів, привласнення найбільших прибутків в усіх сферах суспільного відтворення.

Оскільки закон конкуренції діє від часу виникнення товарного виробництва і йому притаманні спільні властивості у кількох суспільно-економічних формаціях, то його відносять до **загальних (особливих) економічних законів**. Дія інших економічних законів (закону вартості, закону попиту, закону пропозиції та ін.) також відбувається у формі примусових сил конкурентної боротьби.

Для кількісного вираження закону конкуренції використовують *формулу коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства* як відношення ринкової вартості продукції **S** до витрат виробництва **C+V**:

$$K_{\kappa} = \frac{S}{C + V} \quad (7.1)$$

Цей коефіцієнт фактично характеризує здатність підприємства до конкурентного виживання. Він не повинен досягати одиниці, оскільки це означатиме, що підприємство працює без прибутку. Чим коефіцієнт вищий від 1, тим успішніше діє суб'єкт конкуренції, тим міцніші його позиції на ринку.

**Зміст і роль закону конкуренції** в ринковій економіці більш повно виявляються через виконувані ним позитивні і негативні функції (рис. 7.1). До загальних *позитивних* функцій відносяться.

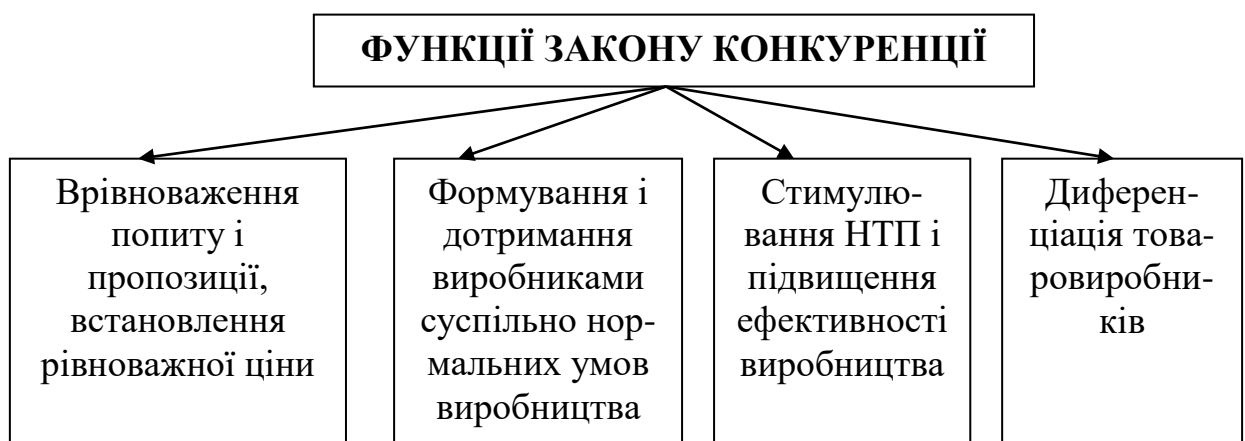


Рис. 7.1. Функції закону конкуренції



**Функція врівноваження попиту і пропозиції, встановлення рівноважної ціни.** Взаємодіючи із законом попиту і пропозиції, закон конкуренції у ситуації вище точки рівноваги посилює конкуренцію між продавцями, спричиняє зниження ціни товарів і зникнення їх надлишку.

**Функція формування і дотримання товаровиробниками суспільно нормальних умов виробництва і реалізації товарів** на рівні „рівноважної ціни” і „рівноважного обсягу”, які для них виступають нормативами раціонального господарювання.

**Функція стимулювання НТП і підвищення ефективності виробництва.** Закон конкуренції спонукає товаровиробників застосовувати нову техніку і технологію, впроваджувати раціональні форми організації праці та виробництва, економніше використовувати ресурси, обновляти продукцію, підвищувати її якість, знижувати індивідуальні витрати виробництва та ціни.

**Функція диференціації суб'єктів ринкового господарства.** Закон конкуренції поглиблює нерівність товаровиробників, частина яких не витримує боротьби із сильними суперниками і банкрутує. Інші, завдяки удосконаленню виробництва, забезпечують зниження індивідуальних витрат нижче суспільно необхідних, досягають високої норми прибутку, розвиваються і процвітають.

У підручнику „Економічна теорія: Політекономія” за редакцією В.Д. Базилевича розглядаються також регулююча і контролююча функції закону конкуренції. Але вони повністю співпадають з ідентичними функціями ринку. У сучасних умовах позитивні функції конкуренції конкретизуються і викладаються повніше.

Виконуючи зазначені функції, закон конкуренції виступає не тільки інструментом ринкового механізму регулювання виробництва, а й важливою **рушійною силою розвитку економіки, соціально-економічного прогресу**. Тим самим він служить не тільки інтересам конкурентів, а й інтересам суспільства.

**Негативні наслідки конкуренції** полягають у тому, що вона породжує свою протилежність – монополію; призводить до розорення та банкрутства підприємств; фінансових спекуляцій та махінацій; посилює зростання рівня безробіття, інфляції, майнове і соціальне розшарування населення, економічні кризи; породжує комерційну таємницю, злочинність, корупцію та ін.

Однак у цілому конкуренція має більше позитивних наслідків, ніж негативних; позитивні функції переважають негативні. Але, оскільки негативні наслідки конкуренції органічно властиві ринковому механізму, необхідно у конкурентній стратегії передбачати їх локалізацію.

## 7.2 Основні види, форми і методи конкуренції

Для більш глибокого розуміння сутності і характеру функціонування конкуренції в ринковій економіці необхідно розглянути її структуру. Є багато

типів, видів і форм конкуренції, які класифікуються за певними критеріями (рис. 7.2).

**Конкуренція продавців.** Метою кожного виробника є отримання прибутку, а отже, розширення масштабів економічної діяльності. Перемагають у ній тільки ті виробники, які знизили ціну на товар і в такий спосіб привернули увагу більшої кількості споживачів до своїх товарів.

**Конкуренція покупців.** Якщо попит на товар більший, ніж пропозиція певного товару, то конкурують покупці. У конкурентній боротьбі перемагає той покупець, котрий вчасно запропонував вищу порівняно з ринковою ціну.

Конкуренцію покупців розрізняють трьох видів: *грошову, на основі особистих даних та на основі особистих зв'язків.*



Рис.7.2. Класифікація видів і форм конкуренції

**Конкуренція продавців і покупців за рівень цін.** У результаті такої боротьби (або суперництва) встановлюється загальна ціна на однорідні товари.

У генетичному аспекті еволюції капіталістичної системи в залежності від стану (моделі) ринку виділяють два види конкуренції: вільну (або чисту, досконалим) і недосконалим.



В залежності від кількості фірм у галузі (термін „галузь” позначає групу фірм, що виробляють, продають певний продукт або схожі продукти), характеру продукту та умов вступу до галузі утворюється певна форма організації ринку, яка називається ринковою структурою, двох узагальнених **моделей** – досконалої конкуренції й недосконалої конкуренції.

**Вільна (або чиста, досконала) конкуренція** – така модель організації ринку, за якої економічне суперництво ведеться між невеликими підприємцями, не здатними диктувати свої умови виробництва і реалізації товарів на невідомому ринку (апріорі).

**Ознаки вільної конкуренції:**

- 1) дуже велика кількість продавців і покупців;
- 2) однорідність продукту;
- 3) відсутність можливості впливати на ринкову ціну;
- 4) рівний доступ до інформації про стан ринку;
- 5) абсолютна мобільність виробничих ресурсів.

У сучасних умовах ознакам такої моделі конкуренції відповідають ринки сільськогосподарської продукції, цінних паперів та послуг. Вільна конкуренція панувала на нижчій стадії капіталізму і у структурному аспекті має дві форми: *внутрігалузову* та *міжгалузову*, а з сформуванням світового ринку ще й *міжнародну*. Тут ціни тяжіють до суспільно необхідних витрат праці – національних або інтернаціональних.

**Внутрішньогалузева конкуренція** – боротьба підприємців однієї галузі за вигідніші умови виробництва і реалізації товарів з метою одержання надприбутку. Наслідком внутрігалузової конкуренції є впровадження науки і техніки, зниження витрат виробництва, підвищення якості продукції.

**Міжгалузева конкуренція** – це боротьба між товаровиробниками різних галузей економіки за найвигідніші умови (сфери) застосування капіталу. Вона виявляється у стихійному переливі капіталу (засобів виробництва і робочої сили) з галузей з низькою в галузі з високою нормою прибутку, що призводить до формування середньої норми прибутку як рівновеликого прибутку на рівновеликий авансований капітал та перетворення вартості товару на ціну виробництва.

**Міжнародна конкуренція** – це конкуренція національних і транснаціональних економічних суб'єктів за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів та послуг на світовому ринку. Вона поєднує внутрігалузову і міжгалузову форми конкуренції, сприяє переливанню капіталів і товарів між різними державами, забезпечує збалансований розвиток світового ринку і світового господарства.

Вільна (або чиста, досконала) конкуренція – ідеальна модель ринку найсприятливіша для оптимального функціонування ринкового механізму. Однак у реальних умовах сучасної практики господарювання конкуренції в чистому вигляді майже не існує. На певному етапі (остання третина XIX ст.) вона призводить до виникнення монополій. Вільна конкуренція перетворюється на недосконали, яка є більш типовою для переважної кількості сучасних ринків.

**Недосконала конкуренція** – обмежене монополіями економічне суперництво суб'єктів ринку. Розрізняють три моделі ринкових структур

недосконалої конкуренції: модель ринку *чистої* (абсолютної) *монополії*, модель ринку *монополістичної конкуренції*, модель ринку *олігополістичної конкуренції* (*олігополії*).

**Чиста (абсолютна) монополія** (гр. *monos* – один, *poleo* – продаю) – така модель організації ринку, за якої є лише один продавець і безліч покупців, які не мають вибору і замінників продукту, а тому змушені купувати необхідний товар за запропонованою ціною.

Риси абсолютної монополії:

1) наявність єдиного продавця та збігання монополії з галуззю, оскільки існує лише одна компанія;

2) вироблений нею продукт не має аналогів і близьких замінників. Все це забезпечує монополісту отримання монополією високого прибутку.

Такий тип монополії виникає на ринках водо-, тепло- та газопостачання, ринках зброї, стратегічних ресурсів тощо. Аналогічна ситуація, але коли в ролі монополіста виступає не продавець, а покупець, визначається як **чиста "монопсонія"**.

Однак ринок абсолютної монополії трапляється дуже рідко. Він, як і ринок абсолютної (вільної) конкуренції, є ідеальною моделлю, до якої прагнуть реально існуючі ринки. У сучасних умовах домінуючими є моделі ринків *монополістичної* та *олігополістичної конкуренції*.

**Монополістична конкуренція** – така модель організації ринку, коли велика кількість виробників пропонує подібну, але не ідентичну продукцію, тобто вона базується на диференціації продукції.

Характерні ознаки:

- 1) багато дрібних фірм,
- 2) продукт диференційований;
- 3) контроль над ціною дуже обмежений;
- 4) відносно легке входження в ринок.

Концепцію монополістичної конкуренції в першій третині XX ст. одночасно розробили незалежно один від одного Е. Чемберлін та Дж. Робінсон. Найбільш поширеними ринками монополістичної конкуренції є ринки предметів споживання (одягу, взуття, безалкогольних напоїв, парфумів, книг), а також послуг (перукарні, хімічистки, бензоколонки, шоу-бізнес, підприємства громадського харчування тощо).

**Олігополістична конкуренція** (гр. *oligos* – мало) – така модель ринкової структури, за якої небагато великих фірм монополізують виробництво і реалізацію основної маси однорідних товарів (субститутів).

Характерними рисами такої конкуренції є:

- 1) декілька фірм (дві-три, не більше 10-ти);
- 2) значний (особливо при змові) контроль над ціною;
- 3) продукт однорідний;
- 4) входження в ринок дуже утруднене.

Прикладом може служити автомобільна промисловість США: на три компанії-гіганти ("Дженерал Моторс", "Форд" і "Крайслер") припадає понад 95% виробництва автомобілів. Щоб уникнути "конкурентної війни" такі фірми намагаються на основі "*олігополістичної розумності*" "регулювати" взаємне

суперництво, готові іти або за олігополістом – "лідером в цінах", або приєднатися до загального курсу на ринку і узгоджувати свою поведінку, навіть об'єднуватися з іншими підприємствами-олігополістами у „групову монополію” (У. Феллнер, амер.).

Залежно від кількості суб'єктів розрізняють "жорстку" олігополію, коли на ринку головну роль відіграють 3-5 підприємств, і "м'яку" олігополію, коли основну частину продукції галузі випускають і продають 10 і більше підприємств. Вихідною моделлю олігополістичного ринку є модель *дуополії*, коли на ринку діють і конкурують між собою тільки дві фірми. Якщо багато, то це буде *поліролія*. Є ще і така форма недосконалої конкуренції, як *олігосонія*. Це такий тип ринкової структури, за якої функціонує невелика кількість покупців певного товару: якщо двох – *дуосонія*, якщо багатьох – *поліпсонія*.

Загальна порівняльна характеристика всіх чотирьох моделей ринкових структур (чистої конкуренції, чистої монополії, монополістичної конкуренції і олігополії) зведена в таблиці 7.1.

Залежно від ринкових умов і завдань, які ставлять перед собою конкуруючі суб'єкти, виокремлюють такі типи *конкурентної поведінки*: *креативну, пристосувальну, гарантуючу*.

**За методами суперництва (боротьби)** виділяють такі форми конкуренції: *цінову, нецінову, добросовісну (чесну) та недобросовісну (нечесну)*.

Таблиця 7.1. Зведена характеристика сучасних ринкових структур

Ринкові структури	Основні характерні риси				Приклади
	Кількість і розмір фірм	Характер продукту	Контроль над ціною	Вступ до галузі	
<b>Досконала конкуренція</b>	Багато невеликих фірм	Однорідний	Відсутній	Вільний (відсутність бар'єрів)	Ринки сільсько-господарської продукції, цінних паперів, послуг
<b>Чиста монополія</b>	Одна фірма	Однорідний	Дуже значний	Непереборні бар'єри	Водопостачання, метрополітен, зв'язок
<b>Монополістична конкуренція</b>	Багато дрібних фірм	Диференційований	Дуже обмежений	Відносно вільний	Ринки одягу, взуття книг, парфумів
<b>Олігополія</b>	Декілька крупних фірм	Однорідний або диференційований	Значний (особливо при змові)	Суттєві бар'єри	Ринки автомобілів, сталі, оптова торгівля

**Цінова конкуренція** – це суперництво між товаровиробниками, в якому головним засобом боротьби є ціна. Для цього здійснюються заходи по скороченню витрат виробництва нижче ринкової (рівноважної) ціни. Підприємці тут нерідко вдаються до маніпулювання цінами – встановлення монополю високих, монополю низьких, престижних («знімання вершків»), демпінгових,

дискримінаційних, сезонного розпродажу цін тощо. Трапляється, що фірма готова певний час працювати збитково, тільки б витіснити з ринку конкурента.

**Нецінова конкуренція** – це боротьба за попит покупців на технічних перевагах шляхом підвищення якості продукції, асортименту, використання технічних новинок, реклами, ефективних методів збуту, естетично привабливої упаковки, надання послуг, гарантій, пільг, застосування різних форм маркетингової комунікації, поліпшенні умов оплати тощо.

Взагалі нецінові методи конкуренції поділяються на два види: *конкуренція за продуктами* і *конкуренція за умовами продажу*.

**Добросовісна (чесна, цивілізована) конкуренція** – таке суперництво, при якому конкуренти дотримуються правових та етичних норм взаємовідносин з партнерами з мінімальним втручанням держави та урахуванням вимог соціальної справедливості й цінностей демократичного суспільства.

**Недобросовісна (нечесна) конкуренція** – нецивілізована форма боротьби з конкурентами, яка проявляється у перешкоджанні їх входженню в галузь, порушенні ринкових відносин, правил та норм конкуренції. Вона ведеться переважно неекономічними методами. Це передусім підкуп чиновників, промисловий шпіонаж, дезінформація (обман) через неправдиву рекламу про якість, сорт, клас, товарний знак, марку, переманювання фахівців-професіоналів і навіть шантаж та диверсії проти конкурентів. Ці методи у цілому суворо заборонені у країнах розвинутої ринкової економіки, долаються державним регулюванням, вдосконаленням господарського законодавства, хоч і зустрічаються на периферії цивілізованого світу.

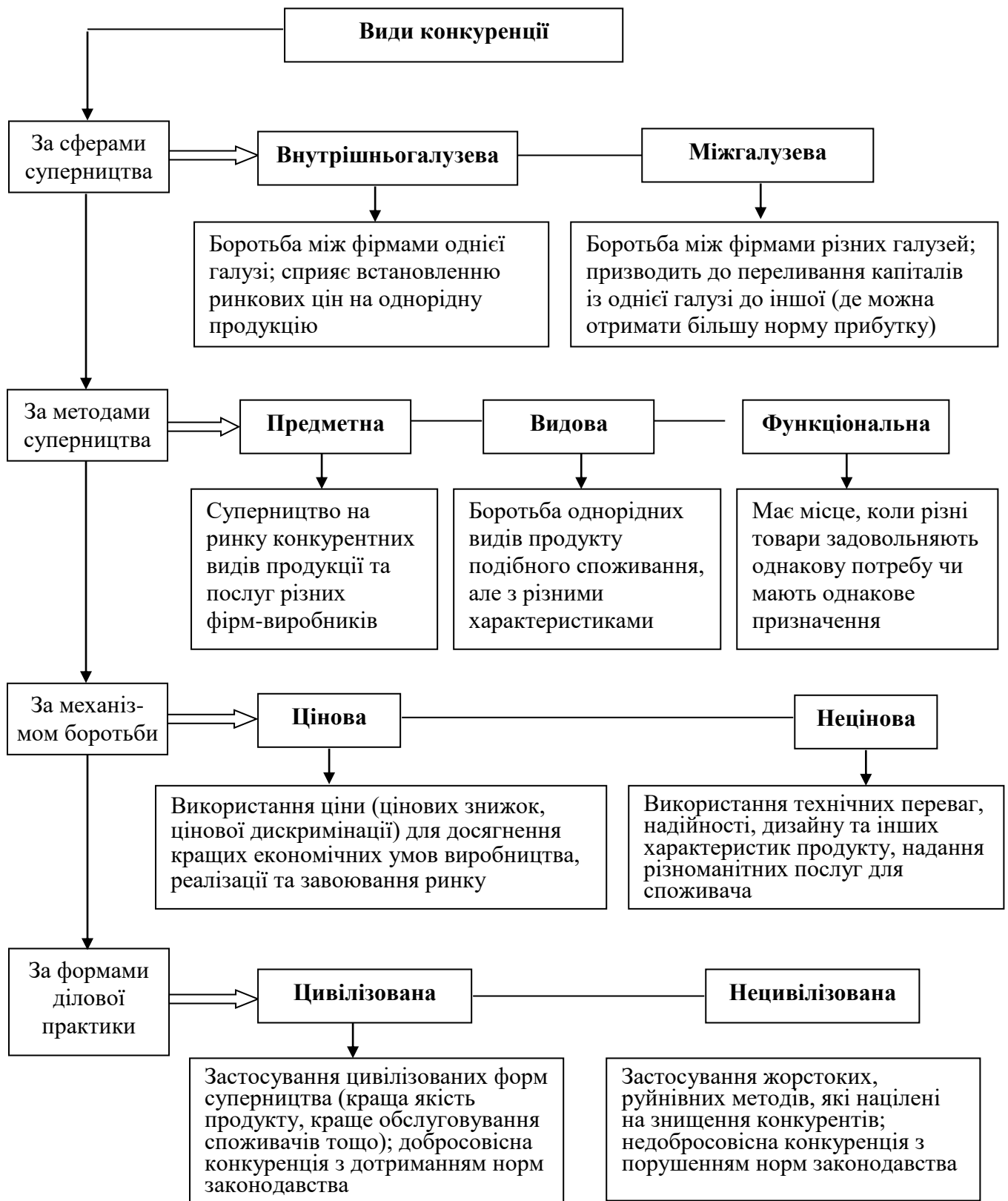


Рис.7.3. Класифікація видів і форм конкуренції

### 7.3. Причини виникнення, сутність та основні форми монополій

**Причини виникнення і розвитку монополій** пов'язані з дією об'єктивних економічних законів, розвитком продуктивних сил і суттєвими змінами у технологічному способі виробництва:

- 1) дія закону конкуренції за завоювання якомога більшої частки ринку і максимізацію прибутку;
- 2) дія закону концентрації капіталу і виробництва;
- 3) процес централізації капіталу (виробництва);
- 4) трансформація індивідуальної приватної власності в колективну, акціонерну власність, яка об'єднує капітали декількох підприємств;
- 5) економічні кризи, які у другій половині XIX ст. стали фактором *прискорення* концентрації і централізації виробництва і створення на цій основі монополій. Не випадково перші монополії називали „дітьми криз”.

*Етапи становлення монополій:*

- 1) зародження монополій,
- 2) активний розвиток монополій,
- 3) утвердження монополій.

Упродовж XX ст. процес монополізації набув значних масштабів і монополії утворення стали основою господарського життя у більшості розвинених країн світу.

Конкретною формою монополізму є монополія. В широкому значенні **монополія** – це всяке *панівне становище (виключне право)* однієї або групи осіб, держави, підприємства на володіння будь-чим або здійснення будь-якої діяльності.

**В економічній теорії під монополією розуміють окремі наймогутніші підприємства або об'єднання кількох підприємств, які виробляють переважну кількість продукції певного виду і тому впливають на процес ціноутворення і привласнюють високі (монополійні) прибутки.**

Автори відомого американського підручника “Економікс” К. Макконнелл та С. Брю підкреслюють, що монополія – це ситуація, за якої число продавців стає настільки малим, що кожний продавець уже не в змозі впливати на загальний обсяг пропозицій, а отже, і на ціну продукту, що продається.

**Ознаки монополізму:**

- а) концентрація в руках монополії значної частки виробництва;
- б) панівне становище у межах певного сегмента ринку;
- в) ціновий диктат;
- г) отримання і привласнення монополійно високого прибутку;
- д) можливість регулювати як власне виробництво, так і виробництво у суміжних сферах.

Головним критерієм, на основі якого встановлюється факт монополізації, є ринкова частка підприємства. Великому підприємству для цього достатньо виробляти 10-20% певної продукції. В світовій же практиці монополією вважається зосередження в одних руках 30% ринку. Наприклад, у США й Україні

вона становить відповідно 33 і 35 відсотків – для одного підприємства, 50 відсотків і більше – для трьох, 66,6 відсотків і більше 70 – для п'яти.

**Показниками конкурентності та монопольної влади на ринку** виступають *коефіцієнт Лернера (L)*, *індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ)*, *коефіцієнт ринкової концентрації (CR)*.

**Коефіцієнт Лернера (Lerner Index)** дає змогу визначити ступінь конкурентності ринку та монопольної влади на ньому окремого суб'єкта господарювання за формулою

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = \frac{1}{E}, \quad (7.1)$$

де  $L$  – коефіцієнт монопольної влади за Лернером;  $P_m$  – монопольна ціна;  $MC$  – граничні витрати;  $E$  – цінова еластичність попиту.

Коефіцієнт Лернера набуває значення від 0 (на ринку досконалої конкуренції) до 1 (для чистої монополії з нульовими граничними витратами). Величина коефіцієнта Лернера є прямо пропорційна монопольній владі та обернено пропорційна конкуренції.

Важливим показником концентрації галузевого обсягу продаж є **індекс Херфіндаля-Хіршмана (Herfindale-Hirshman Index – ННІ)**, який розраховується як сума квадратів часток суб'єктів господарювання за формулою

$$NNI = \sum_{j=1}^n P_j^2 = P_1^2 + P_2^2 + \dots + P_n^2, \quad (7.2)$$

де  $P_1^2, P_2^2, P_n^2$  – піднесені до квадрата частки  $j$ -го суб'єкта господарювання на ринку;  $n$  – кількість суб'єктів господарювання на ринку.

Одиниці виміру індексу Херфіндаля-Хіршмана: у відсотках від 0 до 10 000, у частках від 0 до 1. Якщо показник ННІ набуває значення 10 000, це означає існування абсолютної монополії. Якщо показник ННІ набуває значення 0, то це означає повну деконцентрацію ринку.

Досить наочним показником є **коефіцієнт (індекс) ринкової концентрації (market concentration ratio –  $CR_n$ )**.

$$CR_n = \sum_{j=1}^n P_j, \quad (7.3)$$

де  $P_j$  – частка  $j$ -го суб'єкта господарювання на ринку, %;  $n$  – кількість суб'єктів господарювання, частки яких взято до розрахунків коефіцієнта ринкової концентрації.

У реальному житті монополії формуються і реалізуються в численних проявах, що викликає необхідність певної їх класифікації.

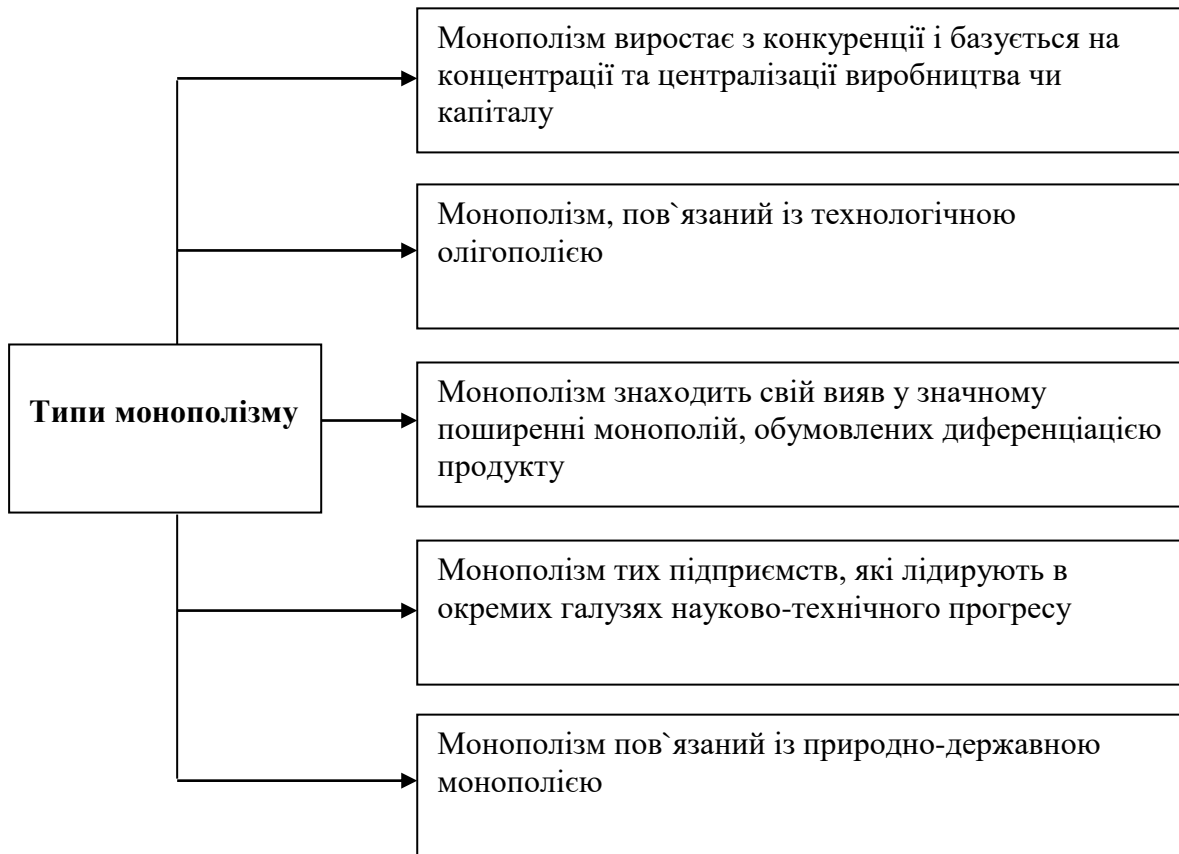


Рис.7.4. Типи монополізму

### Класифікація монополій.

В економічній літературі монополії класифікуються за різними ознаками на типи, види і форми (рис. 7.5).

За походженням і сферою функціонування виділяються три типи монополій: *природна, адміністративна (легальна) і штучна (економічна)*.

**Природна монополія** виникає, існує й регулюється державою з таких об'єктивних причин і в таких сферах:

1) в галузях, де економічно ефективніше і дешевше великомасштабне виробництво (автомобільна, алюмінієва промисловість) за рахунок „економії від масштабу”. Це *технологічна монополія*, як різновид природної;

2) там, де доцільніше мати єдиний господарський комплекс (метрополітен, зв'язок, електро-, водо-, тепло-, газопостачання);

3) виготовлення товарів і надання послуг, які мають загальнодержавне стратегічне значення (наприклад, виробництво ядерної зброї);

3) використання унікальних невідтворювальних природних ресурсів (рідких металів, сортів чаю, тютюну).



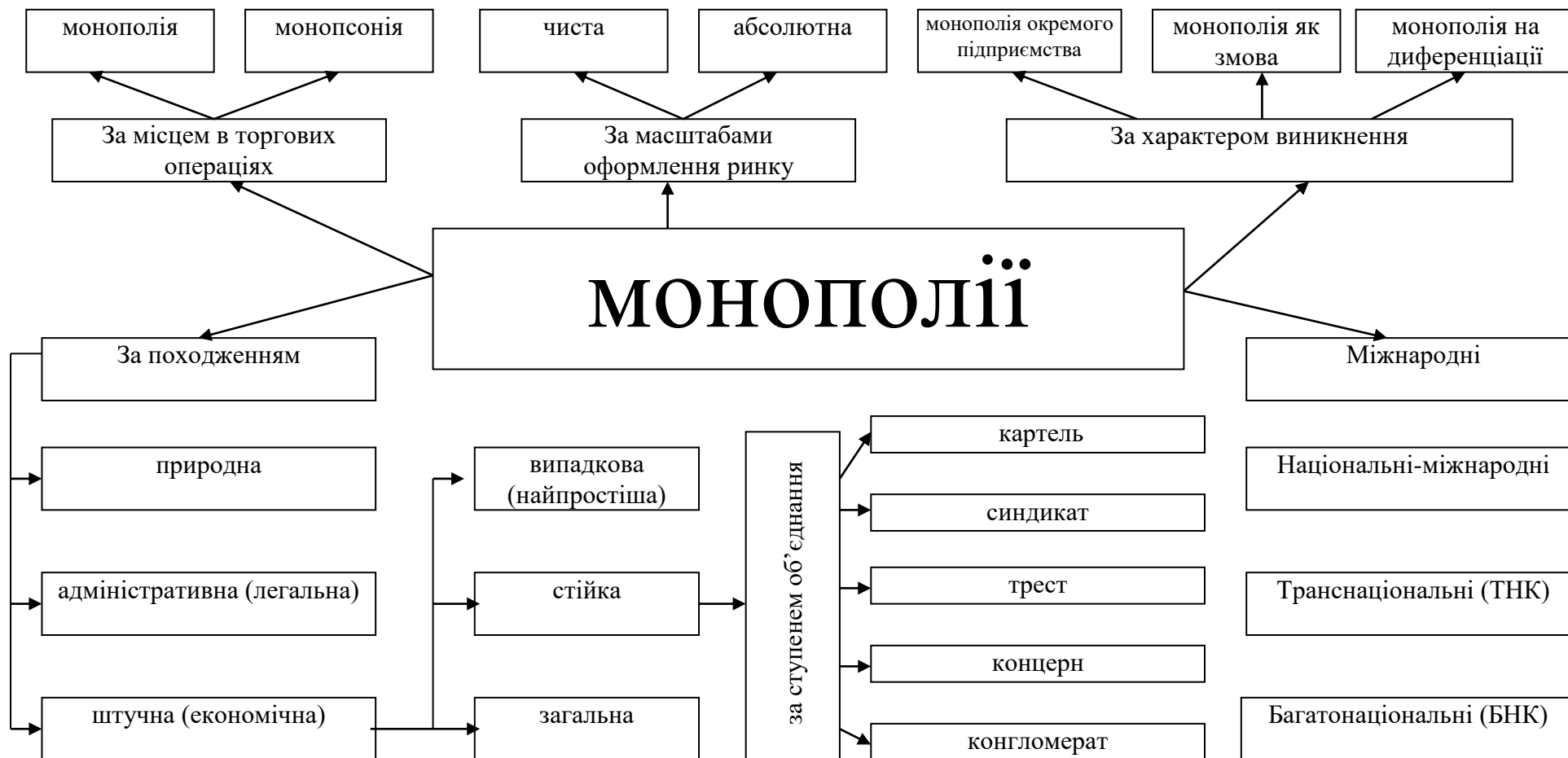


Рис. 7.5. Класифікація монополій

**Адміністративна (легальна) монополія** створюється і підтримується державою і тому називається **інституційним типом монополізму** (судочинство, охорона правопорядку, державна безпека, патентна система, авторські права, організаційні структури державних підприємств тощо).

**Штучна (економічна) монополія** – це “рукотворна” монополія на базі економічних закономірностей по концентрації і централізації на підприємствах (фірмах) певної господарської діяльності для одержання монополістичних переваг. Така монополія відносяться до **підприємницького типу монополізму**. Вона може бути: **нижчою** (випадковою) – конвенції, корнери, пули, ринги ) і **вищою** (стійкою та загальною).

**Стійка**, коли крупні підприємства, їх об’єднання зосереджують переважну частину виробництва і збуту продукції. Сучасна теорія виділяє три різновиди стійкої монополії:

- а) монополія окремого підприємства;
- б) монополія як змова; в) монополія, що базується на диференціації продукту (Е. Чемберліна).

За ступенем об’єднання учасників історично склались такі стійкі організаційні форми монополій: *картелі, синдикати, трести, концерни, конгломерати, консорціуми*.

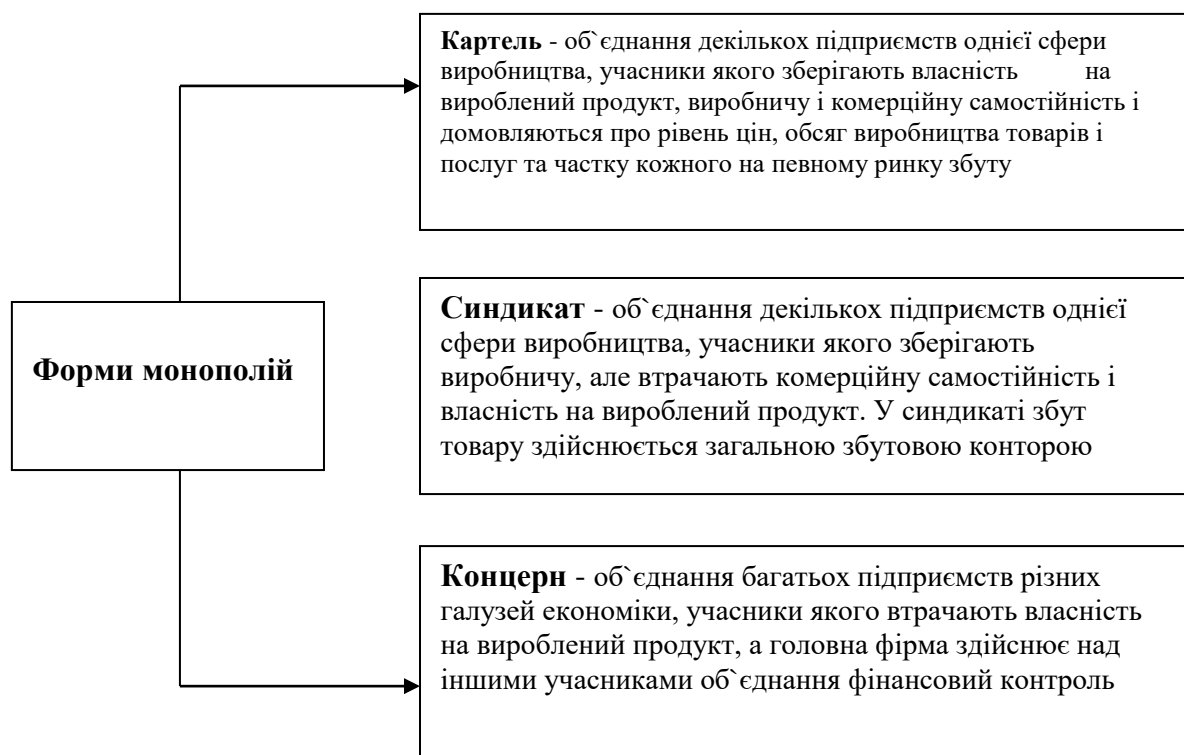


Рис.7.6. Форми монополій

**Картель** (італ. carta – папір, картка). Це об’єднання кількох підприємств однієї галузі, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, виробничу та комерційну самостійність, а домовляються про квоти виробництва,

ціни, ринки збуту та ін. Яскравим прикладом може служити міжнародний картель експортерів нафти – ОПЕК.

**Синдикат** (грец. *syndikos* – захисник). Це об'єднання кількох підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва, але втрачають власність на виготовлений продукт, тобто зберігають виробничу, але втрачають комерційну самостійність. Отже – це об'єднання для спільного збуту продукції синдикатською конторою. Такими у дореволюційній Росії були цукровий синдикат, „Продвугілля”, „Продметал” та ін.

**Трест** (англ. *trust* – довіра) (у США – корпорація). Це об'єднання підприємств однієї або кількох галузей промисловості на спільній власності і управлінні. Його учасники втрачають виробничу і комерційну самостійність, стають володарями акцій, які дають їм право брати участь в управлінні і привласненні прибутку (дивіденду). Такими були трести ідалень, аерофлот та ін. у колишньому СРСР.

**Концерн** (лат. *con* – разом і *cernere* – розрізняти). Це багатогалузеве господарське об'єднання підприємств промисловості, торгівлі, транспорту, банків з єдиним фінансовим центром контролю головної компанії (холдингу – тримача) для спрямування спільної діяльності через контрольний пакет акцій. Учасники такого об'єднання втрачають право власності на засоби виробництва і виготовлений продукт. Це головна форма сучасних господарських об'єднань. Так, у США серед 500 наймогутніших монополій більшість має у своєму складі підприємства 11 галузей, а наймогутніші – до 30-50-ти.

**Конгломерат** (лат. *conglomeratus* – зібраний) виник у 60-х рр. ХХ ст. шляхом поглинання прибуткових різногалузових технологічно не пов'язаних між собою підприємств. При цьому учасники зберігають свою виробничу, комерційну та юридичну самостійність. Зв'язок між ними існує лише на основі фінансових відносин. Наприклад, в американському ТНК “ІТТ” крім власне телекомунікаційного устаткування, входять підприємства комплектуючих деталей для автомобілів, деревообробні, готелі тощо. Конгломерат найбільшою мірою стосується висловлювання японців про те, що крупна компанія подібна до дракона, голова якого дізнається про відрубаний хвіст лише через кілька років після того, як це сталося.

**Консорціум** (лат. *consortium* – співучасть, спільність) створюється на основі тимчасових угод між банками і виробничими корпораціями для проведення великомасштабних фінансових операцій чи здійснення єдиних виробничих проєктів (розміщення великих займів, будівництва морських каналів, портів, трубопроводів тощо). Після закінчення спільних робіт консорціум розпадається.

**Загальна монополія** виникає з 50-х рр. ХХ ст. на основі формування державно-монополістичного капіталізму (ДМК) і тоталітарної державно-монополістичної (КАС) системи соціалізму. За допомогою держави відбувається всебічне підкорення народного господарства об'єднанням підприємців (продавців і покупців). Сама держава виступає величезним монополістом, що зосереджує у своїх руках цілі галузі і виробничі комплекси (наприклад, ВПК).

Особливістю сучасної монополізації ринково-капіталістичної економіки є її міжнародний характер – панування транснаціональних корпорацій (ТНК) (капітал яких належить компанії однієї країни) і багатонаціональних корпорацій (БНК) (капітал яких належить компаніям-засновникам декількох країн).

За ступенем охоплення економіки пануванням монополій виділяють такі їх види (рис. 7.7).

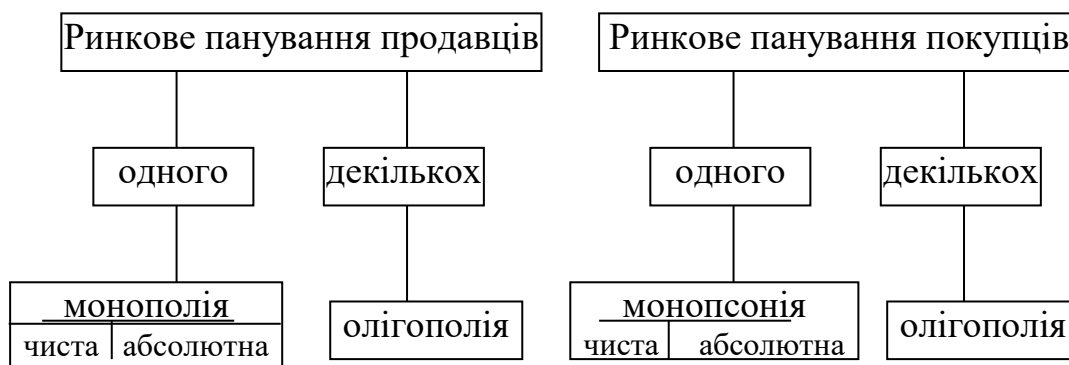


Рис. 7.7. Форми ринкового панування монополій

В умовах, коли у масштабі певної галузі діє одна фірма (один продавець) складається ситуація *чистої* (А. Маршалл) або *простої* (А. Пігу), або *повної* (П. Самуельсон) *монополії*. У масштабах країни така крайня ситуація зустрічається дуже рідко. Але у маленькому місті (де один аеропорт, електростанція чи банк) це досить типове явище.

В масштабі національного господарства може *сформуватись абсолютна монополія*. Прикладом її є державна монополія зовнішньої торгівлі у колишньому СРСР. Монопсонія теж буває *чистою* і *абсолютною*. Прикладом останньої може бути, коли тільки держава купує зброю або продовольство у приватних фірм.

Характерною особливістю сучасного ринку є поєднання, переплетіння, взаємопроникнення різноманітних організаційних форм монополій і монопсоній, що свідчить про подальший розвиток, поглиблення процесів монополізації сучасної економіки.

#### 7.4. Антимонопольна політика і антимонопольне законодавство держави по захисту конкуренції.

Процес монополізації і його конкретна організаційна форма монополія має позитивні та негативні наслідки.

**Позитивні наслідки:** 1) продукти кращої якості; 2) ефект масштабу; 3) науково-технічний прогрес; 4) планомірний і організований розвиток економіки; 5) соціальний наслідок.

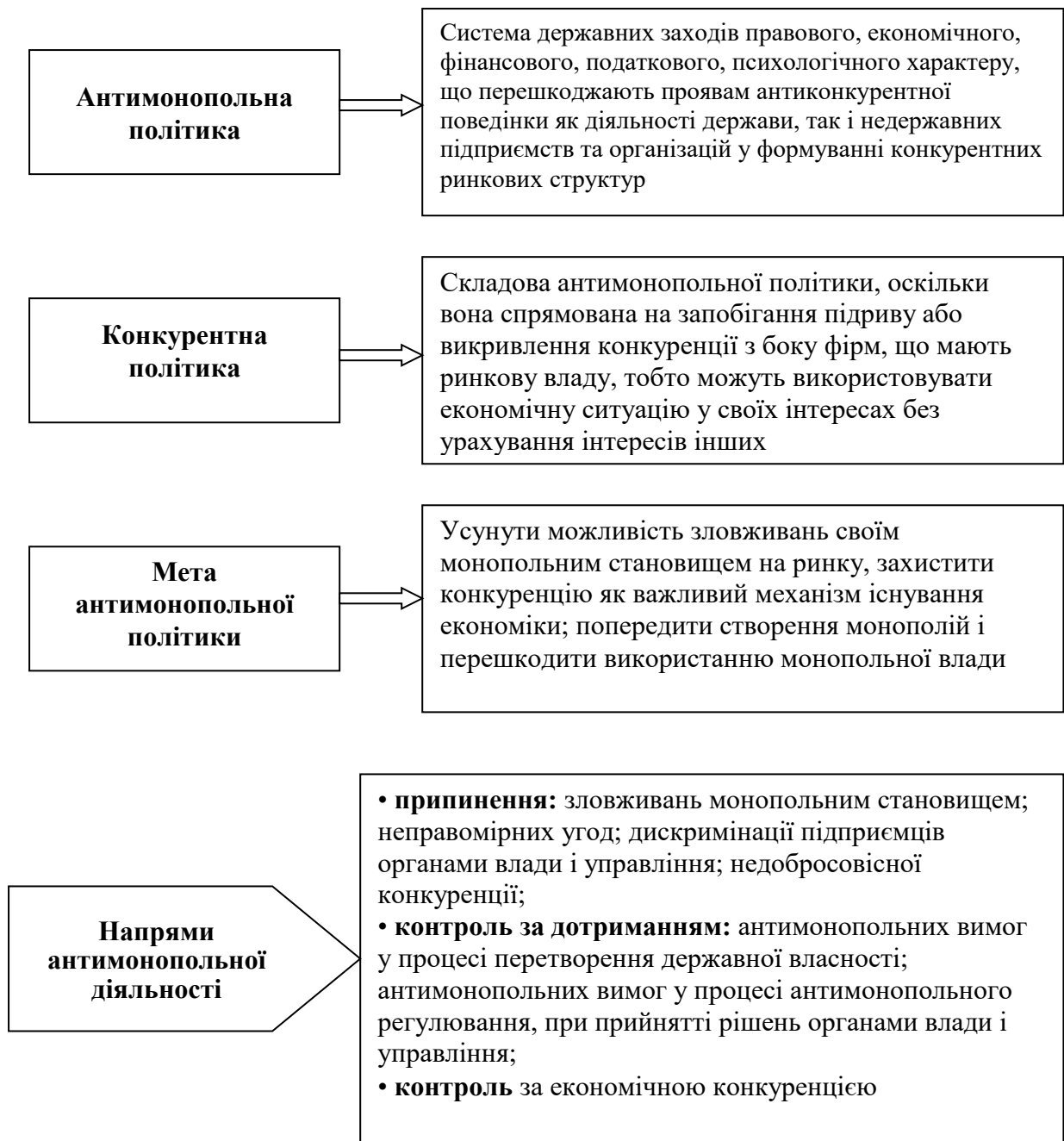
**Негативні наслідки:**

1) придушення монополіями конкуренції;

- 2) практика встановлення монопольних (високих і низьких) цін, створення штучного дефіциту;
- 3) посилення нерівності доходів у суспільстві;
- 4) схильність до економічного застою і гальмування науково-технічного прогресу;
- 5) нераціональний розподіл ресурсів монополіями;
- 6) схильність до хижацького використання природних ресурсів та забруднення довкілля;
- 7) розорення малого та середнього бізнесу;
- 8) небезпека для політичної демократії через монополізацію ЗМІ;
- 9) здійснення тиску на уряд для отримання неправомірних пільг та привілеїв тощо.

Щоб послабити негативні наслідки монополізації економіки, запобігти зловживанню підприємств монопольним становищем і захистити конкуренцію держава здійснює *антимонопольну політику*.

**Антимонопольна політика** – комплекс заходів, розроблених і впроваджених у багатьох країнах світу, які спрямовані на обмеження діяльності монополій, а також створення відповідного законодавства



Необхідність стримування і законодавчого регулювання монополізму передові суспільства усвідомили ще наприкінці XIX – на початку XX ст. Саме в цей період у США, Канаді, Австралії вперше були прийняті анtimoнопольні закони, оскільки процеси монополізації в цих країнах відбувалися найінтенсивніше, що одночасно породжувало їх негативні наслідки.

**Антимонопольне законодавство** містить нормативно-правові акти, що визначають організаційні та правові засади розвитку конкуренції, заходи попередження, обмеження і припинення монополістичної діяльності та нечесної конкуренції

Так, американська система анtimoнопольного права бере свій початок із Закону Шермана (1890р.), за яким монополізація виробництва і торгівлі оголошувалась незаконною і злочинною. Наступні доповнення цього закону

забороняли: Закон Клейтона (1914р.) – горизонтальне злиття компаній; Закон Робінсона-Петмена (1936р.) – “ножиці цін”, цінову дискримінацію; Закон Вілера Лі (1938р.) – фальшиву або оманливу рекламу; Закон Целлера-Кефопера (1950р.) – вертикальне злиття.

Європейська та японська системи антимонопольного права забороняють не саму монополію, а лише її зловживання владою. Більшість антимонопольних законів європейських країн забороняють такі види монопольних угод, як угоди про поділ ринків, фіксовані ціни тощо. В кожній країні Європейського Союзу діє національне конкурентне законодавство, скоординоване з загальноєвропейським, яке має регулятивний характер більш економічного, ніж правового спрямування проти недобросовісних монополістичних прийомів. Антимонопольне законодавство Японії вважається „жорстким”, оскільки ґрунтується на Законі „Про заборону приватної монополії та забезпечення чесних угод”.

**Трансформація антимонопольної політики у конкурентно-захисну політику в Україні.** Із здобуттям самостійності і ринковою трансформацією економіки України розпочато формування антимонопольної політики і антимонопольного законодавства.

В Україні, як і у всій тоталітарній економіці колишнього СРСР, вище розглянутих монополій не було. „Соціалізм” дав свої форми монополістичних формувань, які відповідали суті КАС. Це: *виробничо-господарські монополії* (виробничі об’єднання – ВО, науково-виробничі об’єднання – НВО, територіально-виробничі комплекси – ТВК, агропромислові об’єднання – АПО, комбінати, а також просто крупні підприємства) і *організаційно-галузеві (відомчі) монополії* (міністерства, управління, комітети, районні, обласні і республіканські об’єднання).

Держава, зосередивши у своїй власності майже усі засоби виробництва, виступала абсолютним монополістом всіх сторін економічного життя: виробництва, розподілу, оплати праці, соціально-культурного обслуговування тощо. Вона виконувала також роль всеохоплюючої монопсонії, оскільки закуповувала основу масу сировини (наприклад, продукцію колгоспів).

Сьогодні в Україні створено цілісну систему правових та організаційних механізмів антимонопольної діяльності, яка відповідає сучасним нормам ЄС і загальносвітовим тенденціям. Для захисту конкуренції розроблено антимонопольне законодавство і створено Антимонопольний комітет України.

Антимонопольне законодавство в Україні представлено: ст. 42 Конституції України, законами України “Про захист економічної конкуренції” (2001), „Про антимонопольний комітет України” (1993 р.), “Про захист від недобросовісної конкуренції” (1996 р.), “Про захист економічної конкуренції”(2001 р.) із відповідними змінами до них. У цих законах визначені правові основи попередження і обмеження монополізму, а також протидії зловживанню монопольним (домінуючим) становищем на ринку, недопущення недобросовісної конкуренції, створення ефективного конкурентного середовища. Антимонопольний комітет із територіальними відділеннями на місцях має широкі повноваження по здійсненню державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції аж до примусового поділу

монопольних утворень, штрафів, притягнення до адміністративної відповідальності, відшкодування заданої шкоди.

#### **НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ АКТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМІТЕТУ УКРАЇНИ**

1. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2013 року № 40-р "Про відомчі заохочувальні відзнаки Антимонопольного комітету України"
2. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 16 січня 2013 року № 21-р "Про затвердження Порядку забезпечення проведення експертизи під час здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції"
3. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 28 листопада 2012 року № 874-р "Про затвердження Порядку складання та ведення зведеного переліку суб'єктів природних монополій"
4. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 15.08.2012 № 557-р "Про затвердження Типових вимог до узгоджених дій суб'єктів господарювання стосовно спільних науково-дослідних та/або дослідно-конструкторських робіт, дотримання яких дозволяє здійснювати ці узгоджені дії без дозволу органів Антимонопольного комітету України"
5. Правила розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції
6. Положення про порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про попереднє отримання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання (Положення про концентрацію)
7. Положення про порядок подання заяв до органів Антимонопольного комітету України про надання дозволу на узгоджені дії суб'єктів господарювання (Положення про узгоджені дії)
8. Типові вимоги до узгоджених дій суб'єктів господарювання для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на узгоджені дії суб'єктів господарювання
9. Типові вимоги до узгоджених дій суб'єктів господарювання про спеціалізацію виробництва, дотримання яких дозволяє здійснювати ці узгоджені дії без дозволу органів Антимонопольного комітету України
10. Типові вимоги до створення господарської асоціації для загального звільнення від попереднього одержання дозволу органів Антимонопольного комітету України на її створення
11. Вимоги до порядку подання та оформлення заяви та документів, що до неї додаються, на надання Кабінетом Міністрів України дозволу суб'єктам господарювання на узгоджені дії, концентрацію, на які Антимонопольний комітет України не надав дозволу
12. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку
13. Положення про порядок проведення перевірок додержання законодавства про захист економічної конкуренції

На початку ХХІ ст. наголос у здійсненні антимонопольної політики в Україні переноситься з подолання та обмеження монополізму на підтримку і



захист економічної конкуренції, створення конкурентноспроможного вітчизняного виробництва, що й призвело до *трансформації антимонопольної політики* держави у *конкурентну політику*, а *антимонопольного законодавства* – у *конкурентне законодавство* по захисту прав та інтересів підприємців і споживачів на основі розвитку конкурентних відносин.