

11. МОНОПОЛІЯ ТА КОНКУРЕНЦІЯ В ГОСПОДАРСЬКОМУ МЕХАНІЗМІ

Ю.С. Дворак

Національний університет харчових технологій

При розгляді питань щодо конкуренції та монополії можна сказати, що вони набувають все більшого розвитку. Як складова частина ринкового механізму, конкуренція діє через попит, пропозицію і ціни. У цьому разі вона відбувається між самими виробниками, споживачами (покупцями). Із посиленням конкуренції між виробниками зростають пропозиція товарів і послуг, їхня якість, тощо. Внаслідок цього знижуються ціни. Зворотний механізм існує за конкуренції покупців. Ці проблеми в деякій мірі можна вирішити за допомогою методів конкурентної боротьби — це передусім поліпшення якості товарів і послуг, швидке оновлення асортименту продукції, дизайн, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати тощо.

Питанням, пов'язаним з функціонування конкуренції, завжди приділялась особлива увага в економічних дослідженнях. Це постійно знаходить своє відображення в працях Барановського О., Кривенка К., Нікітіна С., Самуельсона П., Шапіро Г., але тема залишається й досі актуальною та відкритою.

На сучасному етапі конкуренція ведеться насамперед між гігантськими об'єднаннями, всередині них, а також між підприємствами немонополістичного сектора економіки та різних форм власності. Її особливістю є те, що центр боротьби все більше переміщується зі сфери обігу у сферу виробництва. З галузевого — на міжгалузевий, з національного — на інтернаціональний рівні.

Монополія — це виключне право виробництва, торгівлі, промислу і т.д., що належить одній особі, визначеній групі осіб або державі; ринок, на якому діє один продавець деякого товару або виду послуг. Розрізняють закриту, природну і відкриту монополію.

Природна монополія виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона існує, коли попит на певний товар чи послуги найкраще задовольняється однією або кількома фірмами. Тут конкуренція неможлива. Згідно із статистичними даними, на ринки природних монополій припадає 5 – 7 відсотків загального обсягу реалізації товарів, робіт (послуг) в Україні.

Відкрита монополія — монополія, при якій одна фірма, принаймі, на якийсь час, стає єдиним постачальником продукту. У ситуації відкритої монополії часто виявляються фірми, які вперше вийшли на ринок із новою продукцією. Їхні конкуренти, проте, можуть з'явитися на ринку трохи пізніше.

Закрита монополія захищена від конкуренції за допомогою юридичних обмежень. Прикладом може служити монополія поштової служби США на доставку пошти першим класом. Штучні бар'єри для запобігання проникнення на монополістичний ринок конкурентів подані юридичними обмеженнями у формі «ліцензій», «авторського права», «товарних знаків» або «патентного захисту».

В Україні трохи більше половини товарів і послуг виробляються в умовах значної конкуренції, приблизно одна десята — за відсутності чи практичної відсутності конкуренції, інші (майже 35 %) — в умовах помірної конкуренції.

Отже, на нашу думку, конкуренція є необхідною і визначальною умовою нормального функціонування ринкової економіки. Але як будь — яке явище має свої плюси і мінуси. До позитивних сторін можна віднести: активізацію інноваційного процесу, гнучке пристосування до попиту, висока якість продукції, високу продуктивність праці, мінімум витрат, реалізацію принципом оплати по кількості і якості праці, можливість регулювання з боку держави. До негативних наслідків — «перемога» одних і «поразка» інших, розходження в умовах діяльності, що веде до нечесних прийомів, надмірна експлуатація природних ресурсів, екологічні порушення й ін.

Науковий керівник: Т.А. Нікітіна.