

**УМОВИ ІСНУВАННЯ ВІЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА ТОВАРНИХ
РИНКАХ УКРАЇНИ**

**LIVING CONDITIONS OF THE FREE COMPETITION IN THE
COMMODITY MARKETS OF UKRAINE**

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню державного регулювання конкурентних відносин на ринках споживчих товарів в Україні. Розглянута необхідність такого регулювання вільної конкуренції. Запропоновані основні напрями державного регулювання конкурентного середовища взагалі та конкретно на ринках харчових продуктів.

***Ключові слова:** вільна конкуренція, державне регулювання конкуренції, стан ринку, ринок харчових продуктів*

THE SUMMARY

Article is devoted research of state regulation of competitive relations in the markets of consumer goods in Ukraine. Necessity of such regulation of a free competition is proved. The basic directions of state regulation of the competitive environment in general and particularly in the markets of foodstuff are offered.

***Key words:** free competition, the state regulation of the competition, the market of foodstuff, situation on the market*

Вступ. Для більш ефективного функціонування ринків та процвітання виробників, які на них працюють, повинна здійснюватися розумна державна політика, спрямована на захист економічних ринкових відносин та всіх учасників таких відносин. Конкурентні відносини поряд з державним регулюванням здатні забезпечити сталий розвиток економіки, не допустити дискримінації окремих, як правило, слабких підприємств у розподілі ресурсів, наявних в галузях.

Проблемою державного регулювання ринкових економічних відносин, його необхідності, меж та засобів займаються такі вітчизняні науковці як Стеченко Д.М., Головка Л.С., Борисенко З.М. та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз стану конкуренції на окремих ринках харчових продуктів та необхідність державного регулювання конкуренції. Під час дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, систематизації та абстрактно-логічний метод.

Результати. Принципи державного захисту конкуренції в підприємницькій діяльності закріплені в Україні на найвищому рівні – в Конституції. Відповідно до статті 42 Конституції, держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. [1, ст. 42]

Наявність конституційних гарантій захисту конкуренції є ключовим елементом державного регулювання ринкових відносин в Україні. Внаслідок вжитих державою протягом останніх років правових та організаційних заходів в державі створено умови для практичної реалізації положень Конституції щодо забезпечення захисту конкуренції у підприємницькій діяльності, запобігання зловживанню монопольним становищем на ринку, неправомірному обмеженню конкуренції та недобросовісній конкуренції. Вимоги статті 42 Конституції - фундамент, на якому тримається вся система захисту конкуренції в Україні.

Важливим є усвідомлення з одного боку урядовцями і законодавцями, а з іншого - суб'єктами господарювання необхідності не контролювати та обмежувати, а захищати та всіляко стимулювати ринкову конкуренцію.

Багаторічний світовий досвід ринкового розвитку наводить чимало прикладів краху економічних систем цілих країни в результаті вивільнення потужних конкурентних сил з-під регулювання з боку владних структур.

На початку свого зародження існувала так звана вільна конкуренція, яка нічим не обмежувалася, передбачала повну свободу підприємництва, існування значної кількості порівняно однакових за розмірами капіталу, переважно дрібних і середніх підприємств. Пізніше з розвитком вільного підприємства

та виробництва подальший її розвиток призвів до збільшення пропозиції товару, криз перевиробництва, падінню цін, нераціонального витрачання ресурсів, загостренню та появи нових форм конкурентної боротьби.

Вільна конкуренція в своєму розвитку веде до концентрації та централізації капіталу, що призводить до панування на ринку монополій та руйнівних наслідків для економіки. Фахівці з економічної історії одностайно стверджують, що саме поступовий розвиток конкуренції призводить до утворенню монополії. Ще К.Маркс у „Капіталі” доводив, що вільна конкуренція породжує концентрацію виробництва, а ця концентрація на певному ступені свого розвитку призводить до монополії. Причому чим гостріше проявляє себе конкурентна боротьба в певній сфері суспільного виробництва, тим імовірніше виникнення там потужних монополій.

Можемо підсумувати, що конкуренція є добродійна та має позитивні прояви лише на ранніх стадіях свого розвитку. Пізніше, на останній стадіях, вона має руйнівну силу, розорює підприємства, сприяє розшаруванню населення та веде до утворення монопольних утворень. Без відповідного регулювання сама конкурентна боротьба може настільки загострюватися, що її негативні наслідки для суспільства значно перевершують позитивний результат такої конкуренції.

Кожна держава спираючись на існуючий економічний, науковий та природний потенціал, людські ресурси повинна вирішити межі та засоби державного втручання в конкурентну боротьбу між підприємствами на товарних ринках. Більшість урядів схильні застосовувати засоби, що дають легкий короткостроковий виграш – субсидії, захист, злиття компаній, і саме це сповільнює довгостроковий розвиток країн.

Досягнувши підвищення рівня розвитку ефективного конкурентного середовища, зменшення частки монопольного сектору, вдосконалення правил конкуренції, інституційного забезпечення держава здатна впливати на зростання внутрішнього ринку, посилити тиск на зовнішні ринки.

Реалізація державної політики у сфері забезпечення формування конкурентного середовища з нашої позиції має включати:

– фінансову політику стимулювання конкуренції шляхом визначення умов кредитування, депозитних ставок, особливості оподаткування, норми рентабельності;

– регулювання експорту й імпорту продукції на підставі ліцензування й квотування, зміни митної політики;

– участь держави у виробництві й реалізації продукції за рахунок підтримки державної власності в галузевих підприємствах, здійснення державних капітальних вкладень, державних замовлень;

– патентно-ліцензійну політику, що законодавчо закріплює виключні права на відкриття, винаходи, раціоналізаторські пропозиції, ноу-хау й іншу інтелектуальну власність;

– забезпечення соціального захисту споживачів за допомогою законодавчо закріплених прав споживачів, організації союзів споживачів, системи дотацій і пільг.

Обґрунтування необхідності державного втручання в розвиток конкурентних відносин та встановлення більш жорсткого контролю за діяльністю підприємств, на нашу думку, має ґрунтуватися на вивченні стану ринку.

Для вивчення конкуренції на ринках потрібно пересвідчитися щодо наявності умов, за яких вона виникає. Борисенко З.М виділяє наступні умови виникнення конкуренції:

1) наявність на ринку великої кількості незалежно діючих виробників будь-якого конкретного продукту або ресурсу;

2) свобода виробників щодо вибору господарської діяльності - що виробляти, скільки, необхідні модифікації;

3) відповідність між обсягами попиту та пропозиції – конкуренція можлива лише у випадку перевищення попиту пропозицією;

4) наявність ринку засобів виробництва. [4, с. 21]

Державним органом, який покликано реалізувати державну політику в сфері захисту економічної конкуренції та регулювання діяльності монополій є Антимонопольний комітет України. Одним із завдань Антимонопольного комітету України є моніторинг конкурентного середовища. В 2007 році в процесі дослідження конкуренції на ринках споживчих товарів він прийшов до висновку, що більшість суб'єктів господарювання визначають конкуренцію на ринках, де вони працюють, як значну та помірну (табл. 1).

Таблиця 1

Відчутність конкуренції підприємствами України у 2005 – 2007 роках

	Відсоток підприємств від загальної їх кількості по роках, %		
	2005 р.	2006 р.	2007 р.
Оцінюють внутрішню конкуренцію як:			
значну	52	45	44
помірну	34	47	47
слабку	8	5	5
відсутню	6	3	4
Відчувають значну конкуренцію з боку товарів, вироблених у:			
країнах СНД	29	21	12
інших зарубіжних країнах	50	36	20
Відчувають значний конкурентний тиск з боку підприємців з:			
країн СНД	16	18	26
інших зарубіжних країн	15	17	20

Джерело: Антимонопольний комітет України [3]

За даними Антимонопольного комітету України, близько третини всіх товарів, робіт і послуг реалізовується в Україні на ринках з високим рівнем концентрації, в тому числі на ринках, на яких діє один продавець – близько 7%, і 53% - на ринках, де не було істотних перешкод для конкуренції між їхніми учасниками (рис.1).

Для визначення основних напрямів державного регулювання конкурентних відносин проаналізуємо стан конкуренції на ринках харчових продуктів шляхом розрахунку ринкових питомих часток п'яти найбільших підприємств-лідерів на відповідних ринках (табл. 2).

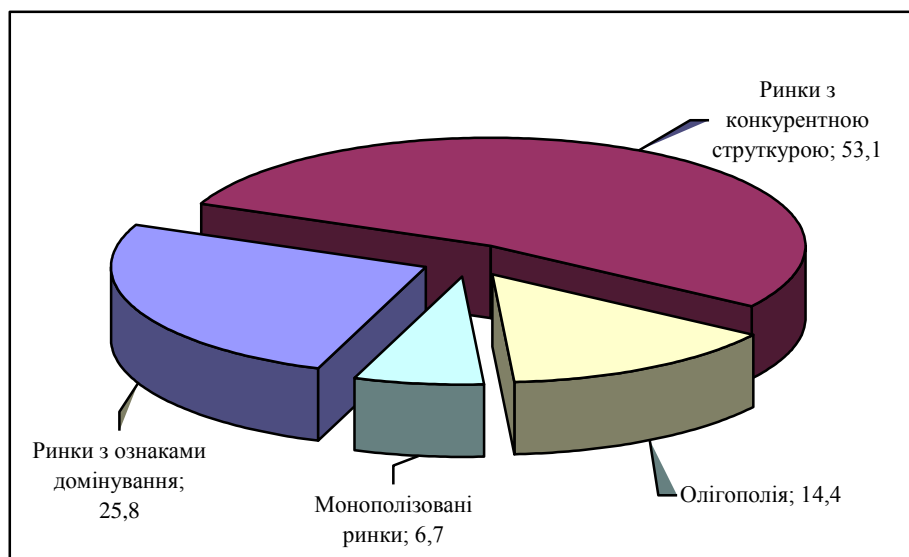


Рис.1. Частка підприємств, що діяли на ринках певних типів, у загальному обсязі реалізованої продукції, %

Джерело: Антимонопольний комітет України [3]

Таблиця 2

Питомі частки найбільших підприємств на окремих ринках харчових продуктів України

Підприємство-лідер галузі	Питома частка підприємств на ринках, %												
	майонезу	м'ясних консервів	м'ясних паштетів	морозива	шоколадних виробів	мучних кондитерських виробів	квасу	холодного чаю	чаю	соків	солодкої води	пива	кисломолочних продуктів
1	26	28	51	16	26	18	40	79,8	26,3	47	13,4	36	12,9
2	11	23	20	16	20	13	20	9,2	14	23	10,2	30,1	10,8
3	7	6	16	9	10	7	9	4,7	11,2	20	9,5	17,5	6,9
4	7	5	10	8	7	5	6	2,7	11	7	9,5	13,2	6,7
5	6	5	1	7	7	5	5	0,6	10,7	3	5,4	-	6,5
Сума	57	67	98	56	70	48	80	97	73,2	100	48	96,8	43,8

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України та операторів ринків

Для дослідження стану конкуренції в економічній та юридичній літературі зустрічається чимало методик. Ми скористаємося наступними з них:

1) Розрахунок сукупної ринкової частки суб'єктів господарювання. Цей метод використовується Антимонопольним комітетом України і передбачена в

Методиці визначення монопольного (домінуючого) положення суб'єкта господарювання на ринку, затвердженій Розпорядженням Антимонопольного комітету України № 49-р від 5 березня 2002 року. [2]

Пункт 10.1.2. зазначеної Методики визначає, що суб'єкти господарювання займають монопольне (домінуюче) положення якщо їх сукупні частки перевищують 35% для одного суб'єкта, 50% - для двох або трьох суб'єктів та 70% - для п'яти або чотирьох суб'єктів господарювання. При цьому, у відповідності до п. 10.2.2, між ними не повинно бути значної конкуренції та вони разом узяті мають конкурента(ів) на ринку та зазнають значної конкуренції¹ внаслідок відсутності обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, відсутності бар'єрів для вступу а ринок інших суб'єктів господарювання, відсутності пільг чи інших обставин.

2) Розрахунок показника концентрації CR4, що дозволяє оцінити ступінь монополізації ринку та є величиною, оберненою до інтенсивності конкуренції. Цей показник розраховується як відношення суми обсягів реалізації чотирьох найбільших підприємств до загального обсягу реалізації продукції на ринку. Показник дозволяє аналізувати не лише 4, а й іншу кількість підприємств, що займають найбільшу частку ринку. В нашому дослідженні ми будемо розраховувати цей показник для п'яти підприємств, і відповідно він набуде вигляду – CR5.

3) Розрахунок індексу Херфіндела-Хіршмана (IХХ), який представляє собою суму квадратів питомих ваг підприємств, що діють на ринку. Зі збільшенням концентрації ринку величина IХХ теж збільшується, досягаючи максимального значення 10000, однак ринок вважається нормальним для конкуренції і дозволяється злиття фірм, якщо $IХХ < 1000$. У випадку коли $IХХ > 1800$, ринок вважається неконкурентним.

¹ Жодний нормативний акт не містить будь-яких об'єктивних критеріїв визначення поняття „значна конкуренція”. Ступінь „значущості” конкуренції, з якою стикається суб'єкт господарювання, може визначити лише Антимонопольний комітет України. Однак, законодавство не містить жодних гарантій неупередженості Антимонопольного комітету та, відповідно, гарантій захисту інтересів суб'єкта господарювання.

Результати дослідження ринків за названими методиками на визначених ринках представлені в таблиці 3.

Таблиця 3

**Показники стану конкуренції на окремих ринках харчових продуктів
України**

Критерій	Значення критеріїв на ринку												
	майонезу	м'ясних консервів	м'ясних паштетів	морозива	шоколадних виробів	мучних кондитерських виробів	квасу	холодного чаю	чаю	соків	солодкої води	пива	кисломолочних продуктів
Сукупна частка підприємств	<70	<70	>70	<70	=70	<70	>70	>70	>70	>70	<70	>70	<70
CR5	0,57	0,67	0,98	0,56	0,7	0,48	0,8	0,97	0,73	1	0,48	0,97	0,44
IХХ	931	1399	3358	706	1274	592	2142	6482,4	1248,6	3196	493,3	2682,5	417,8

Дослідження концентрації ринків та часток їх найбільших представників за названими методиками дозволило класифікувати ринки на три групи:

- 1) ринки з високим рівнем концентрації, де п'ятірка лідерів контролюють більше 70% ринку – ринок шоколадних виробів, квасу, чаю;
- 2) монополізовані ринки, де наявні суб'єкти господарювання з ринковими частками понад 35% – ринок м'ясних паштетів, холодного чаю, соків, пива;
- 3) ринки з конкурентною структурою - ринок майонезу, м'ясних консервів, морозива, мучних кондитерських виробів, солодкої води, кисломолочних продуктів.

Дослідження показують, що в харчовій промисловості на товарних ринках наявні ознаки і монополізму, і конкуренції. До того ж, розрахунок ІХХ показав, що лише на п'яти ринках наявна безпечна конкуренція, і так само на п'яти інших – ринкова ситуація не може вважатися конкурентною.

Окремим напрямом державного регулювання конкурентних відносин має бути контроль за діяльністю підприємств, що вже займають монопольне становище, попередження зловживань ними свого становища та подальше зменшення рівня монополізації економіки.

Стан монополізації ринку, особливо ринку харчових продуктів, є небажаним. Однак, чи можна вважати, що ринки м'ясних паштетів, холодного чаю, соків та пива є абсолютно монополізовані?

Чинне законодавство дозволяє не визначати монополістами навіть ті підприємства, які займають більше 35% ринку (або 50% для двох чи трьох та 70% для чотирьох чи п'яти суб'єктів господарювання). За такими підприємствами залишається право самостійно довести, що вони зазнають значної конкуренції з боку інших виробників. [2, п.10.2.2]

Керуючись зазначеною правовою нормою вважаємо, що хоча кількісні показники і доводять стан монополізму, однак якісні такий стан заперечують. На підтвердження цього розглянемо більш детально стан ринку пива. Дослідження показало, що в 2007 році четвірка виробників („САН Інтербрю Україна”, ЗАТ „Оболонь”, ЗАТ „Сармат” та „Славутич”, Carlsberg Group” (раніше - Baltic Beverages Holding)) володіла в сукупності 96,8 % ринку.

Згідно з умовами визначення монопольної (домінуючої) частки суб'єктів господарювання на ринку можна стверджувати, що на ринку пива наявне колективне монопольне становище (4 суб'єкти займають понад 70% ринку пива, всі вони начебто мають ознаки монополістів). Тобто, кожного з них можна було б визначити монополістом. Однак визначення „сукупна частка” діє лише у випадку, коли між цими суб'єктами господарювання немає конкуренції взагалі або вона незначна. Реальні факти підприємницької поведінки суб'єктів свідчать, що якраз між цими суб'єктами господарювання є конкуренція і навіть дуже жорстка. Про це може свідчити, зокрема, бурхливий корпоративний конфлікт між ЗАТ „Сармат” та ЗАТ „Оболонь” в 2004 році. Ознакою наявності конкуренції є також інтенсивні рекламні кампанії, які проводять українські пивовари, тривала стабільність цінової ситуації, помітне підвищення показників якості, різноманітність упаковки, оформлення товару й інші заходи для приваблення на свою сторону споживачів.

Аналогічна ситуація спостерігається і на інших ринках - м'ясних паштетів, холодного чаю, соків.

Беззаперечним є той факт, що державне регулювання конкурентного середовища потрібно розглядати в розрізі економічної ситуації кожного окремого з наведених ринків. Оскільки на кожному з них існують властиві лише йому пріоритети розвитку, державні програми та інтереси. Однак, ми пропонуємо виділити наступні напрями, на які має бути направлено державне регулювання з метою захисту економічної конкуренції і які є спільними для всіх ринків споживчих товарів харчової промисловості:

- підтримка середнього та малого бізнесу шляхом надання податкових пільг, дотацій і пільгових кредитів;
- стимулювання відкритості ринків, подолання й мінімізація ринкових бар'єрів;
- захист від імпоротної готової продукції;
- спрощення умов організації бізнесу в даній галузі;
- регулювання цін на сировину, матеріали, енергію й інші ресурси.

Особливістю харчової промисловості України є її тісний зв'язок із сільським господарством, яке забезпечує підприємства переробної сфери необхідною сировиною. Найголовнішим пріоритетом в здійсненні державного регулювання конкуренції в галузях харчової промисловості має бути стимулювання та всіляка підтримка сільського господарства України.

Окрім того, одним із можливих засобів державного регулювання конкурентного середовища на ринках споживчих товарів є мито. В умовах вступу до світових торгових та економічних союзів, в тому числі і до Світової організації торгівлі, Україна змушена знижувати мито, і тим самим відкривати свій національний незахищений ринок для продукції інших країн. Проте, останнім часом ми спостерігаємо урядову політику, що направлена на підвищення мита на певні групи товарів. На нашу думку, для збереження конкурентного середовища обґрунтованим та досить актуальним має бути підвищення мита на готову імпортну продукцію (для захисту вітчизняної продукції) та зменшення митної ставки на сировину для харчової промисловості (для захисту вітчизняної промисловості).

Висновки. На сьогодні в країні не стоїть завдання захисту від негативів вільної конкуренції - у нас її просто немає. Насамперед потрібно захистити широке коло підприємців, які намагаються працювати та піднімати економіку країни. Але, безумовно, це слід зробити, намагаючись захищати і підприємницький клімат загалом. У тих сферах, де все ж спрацьовує конкуренція, безперечно, слід її захищати.

Ситуація на ринках харчових продуктів має велике значення для кожного споживача. Ринок харчових продуктів – це, можливо, єдиний різновид ринків, де є неприйнятна будь-яка монополізація, оскільки в суспільстві є постійною потреба в корисному та якісному харчуванні. Окрім якості та корисності до харчових продуктів споживачі вимагають ще одну не менш важливу ознаку – належну ціну. Підтримувати на ринку належний рівень якості, корисності та ціни, а також попиту та пропозиції на будь-які товари, в тому числі і харчові продукти, можливо лише за умови ефективного та обґрунтованого державного регулювання конкурентного середовища.

Держава має усвідомлювати, що її політика, спрямована на розвиток та захист економічної конкуренції між виробниками, має визначальний вплив на розвиток національних товарних ринків. Причому потрібен не просто захист конкуренції, а й усіяка її підтримка.

Список використаних літературних джерел:

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30. — Ст. 141.
2. Розпорядження Антимонопольного комітету України від 5.03.2002 р. № 49-р "Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку" // Офіційний вісник України. - 2002. - № 14. - С. 396.
3. Звіт Антимонопольного комітету України за 2007 р. // <http://www.amc.gov.ua/amc/control/uk/publish/article>
4. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник. - К.: Таксон, 2004. - 704 с.