

Н.Л. СТАНЬКО,
Національний університет "Львівська політехніка"

РИНКОВЕ СТАНОВИЩЕ МОНОПОЛІЇ ТА ДОМІНУЮЧОЇ ФІРМИ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

З глобалізацією економіки, розширенням ділових стосунків на ринках кожної держави проходять різноманітні трансформаційні процеси. Не є виключенням і Україна, в якій на даному етапі економічного розвитку основною метою, яку ставлять перед собою як законодавці, так і економісти держави, є створення і підтримка конкурентного середовища.

Теоретичне розмежування конкуренції від монополії та інших ринкових структур достатньо обґрунтоване, але от на практиці здійснення такого розмежування стає не легким завданням, вирішити яке спробували з економічної сторони М. Бест,[3] Золтан Бара,[6] а з юридичної – Н. Ячеїстова,[11] І. Іванов,[7] Т. Бенъ та В. Сиченко,[2] С. Мельник[9] та ін.

Дослідження окреслених питань в основному стосувались випадків вживання терміну домінування та монополії, але не наголошувалось на значенні відмінностей між домінуючою фірмою та монополією для створення та підтримки конкурентного середовища, зокрема, для запровадження ефективного державного регулювання економіки загалом.

Метою статі є визначення відмінності між монопольним та домінуючим становищем, узагальнити досвід інших країн щодо вживання зазначених термінів при державному регулюванні національної економіки.

Аналіз законодавчо-нормативної бази та економічних досліджень монополії та домінуючої фірми дозволив встановити, що на практиці можна зустріти як ототожнення цих двох термінів, так і розмежування. Найчастіше зустрічається термін домінуюче становище. Як зазначається в Доповіді про світовий розвиток[5] в 28 країнах з 50 прийняті якісні визначення домінування на ринку, тоді як в 22 країнах спостерігається широкий розмах критеріїв, пов'язаних з частками ринку, на яких па-

нують окремі фірми: країни, що розвиваються, та країни з перехідними економіками – Сх. Азія (50-75%), Сх. Європа і Центральна Азія (30-40%), Африка (20-45%); промислово-розвинуті країни – США (2/3 і вище), ЄС (40-50%).

В більшості країн ОЕСР домінування визначається на основі якісних критеріїв. Деякі країни Латинської Америки застосовують такий же підхід, але інші країни, що розвиваються, схильються до застосування кількісних критеріїв. Процеси, пов'язані з конкуренцією в різних галузях, проявляються неоднаково – тільки в одній країні, яка попала в огляд, тобто Танзанії, відслідковується використання різних критеріїв домінування на ринку для різних секторів економіки.

Трактування домінування як володіння значною ринковою часткою підтверджують не тільки розміри часток ринку. Таке твердження зазначалось і угорським економістом, на думку якого "домінування" це юридичний, а не економічний термін, відповідним економічним терміном може бути "ринкова влада"[6]. Натомість С. Мельник рекомендовано, зокрема, в законодавстві України, використовувати не термін "монопольне становище суб'єкта господарювання", а "домінуюче становище"[9].

Недопустимим є однозначне ствердження того, що сформувався термінологія щодо вживання терміну "домінуюче становище". Зустрічаються випадки вживання терміну "монополістична ситуація" в Японії [8] та "монопольне становище" в Великобританії [4].

Дійсно, в основному для країн ЄС характерним є вживання терміну "домінуюче становище". Так, антимонопольне законодавство Німеччини[2] характеризує коефіцієнт концентрації N фірм поняттям

“домінуючого становища фірми” на ринку. Наприклад, домінуюче становище підприємства або групи підприємств виникає, коли на одне підприємство припадає більш як третина усього обороту ринку, або на три чи менше підприємств припадає більш як половина загального обороту, або на п'ять підприємств припадає більш як дві третини обороту.

В законодавстві Кореї забороняється зловживанням домінуючим становищем на ринку, при цьому домінуючим становищем вважається таке положення, коли компанія контролює більш ніж 50% ринку або коли сумарна частка трьох чи менше ведучих компаній на ринку складає 75% і більше.

В Кореї контроль за зловживанням домінуючим становищем переведений з режиму *ex-ante* на режим *ex-post*, тобто присікаються лише реальні зловживання домінуючим положенням[11].

У Венесуелі Законом про захист і розвиток вільної конкуренції визначено “домінуюче становище на ринку” під яким розуміється така ситуація, коли певна економічна діяльність здійснюється тільки одним економічним суб'єктом чи групою осіб, які можуть бути як продавцями, так і покупцями. Домінуючим вважається також становище, коли на ринку хоч і присутні кілька конкурентів, але ефективна конкуренція між ними відсутня[11].

Усунення зловживання домінуючим становищем на ринку вважається одним з трьох основних “класичних” елементів[11], які притаманні більшості країн.

Згідно документів ЮНКТАД[11] заборона зловживання домінуючим становищем має місце тоді, коли: 1) підприємство, діючи самостійно чи спільно з кількома іншими підприємствами, може контролювати відповідний ринок конкретного товару (або послуги) (або групи товарів або послуг); 2) дії чи поведінка домінуючого підприємства обмежують доступ до відповідного ринку або іншим чином неправомірно стримує конкуренцію, що здійснює або може здійснити негативний вплив на торгівлю або економічний розвиток.

Вживання терміну “домінуюче становище” в канадському розумінні не відрізняється від “домінуючого становища” в європейському[6]. Вищезазначене підтверджує тезу, що термін “домінуюче становище” не викликає двозначного трактування, яке виникає по відношенню до співставлення термінів “монопольне становище” та “домінуюче становище”.

Золтан Бара зазначає, що монополія в США зовсім не еквівалентна “домінуючому становищу” в ЄС, бо вимагає, як мінімум, значної вищої частки на ринку.

Дійсно, відмінності між становищем домінуючої фірми та монополії хоч не суттєві, але все ж таки мають місце. Термін “регулювання домінуючої фірми” відноситься до міжфірмової координації – як формальної, так і неформальної – всередині групи фірм, в якій домінує єдина фірма. Дії другорядних фірм обумовлені присутністю на ринку сильного конкурента, який, фактично, встановлює правила гри. Сила примусу виходить з здатності домінуючої фірми суворо карати відкрито непокірних суперників, не ризикуючи при цьому розоритися самій[3].

Термін “монополія” це виключно одна фірма, яка діє на ринку, на якому відсутні конкуренти. Хоча, в США роблять спроби трактувати домінування на ринку в застосуванні до “колективної монополії”, тобто тої, що здійснюється де-факто кількома фірмами, навіть якщо між ними нема відповідної домовленості де-юре, а не до індивідуального домінування, що все частіше стає об'єктом переслідування в інших країнах, наприклад, швейцарська фірма “Хофман-Лярош”, в ФРН – американська фірма “Мерк”, в ЄС – “Кодак”, “Дюпон де Немур” і ППГ[7].

Поряд з індивідуальним домінуванням виділяють просте та спільне домінування. Так, юридично ситуацію з монополією і однією домінуючою фірмою можемо вважати простим домінуванням; олігополістичним ринкам притаманне спільне домінування. Домінуюча фірма в оточенні конкурентів має певну владу над ринком завдяки власним чи зовнішнім перевагам, що дозволяє їй контролювати суттєву частку

на ньому. Спільне або колективне домінування є юридичною концепцією без прямого економічного еквівалента, але тісно пов'язаною з олігополією. Мають місце дві концепції домінування: відносне домінування та тимчасове домінування (можуть виникати на конкурентних ринках)[6].

Вищенаведений аналіз приводить нас до висновку, що домінування – це ситуація на ринку, на якому діють конкурен-

ти, а монополія – це одна фірма. Власне таке твердження не дозволяє ототожнювати монопольне та домінуюче становище. Домінуюча фірма – це фірма, яка володіє значною часткою на ринку, а монополія – абсолютною часткою. Відповідно з теоретичними положеннями монополія може мати різні форми, еволюцію яких зображено на рис. 1.[1].

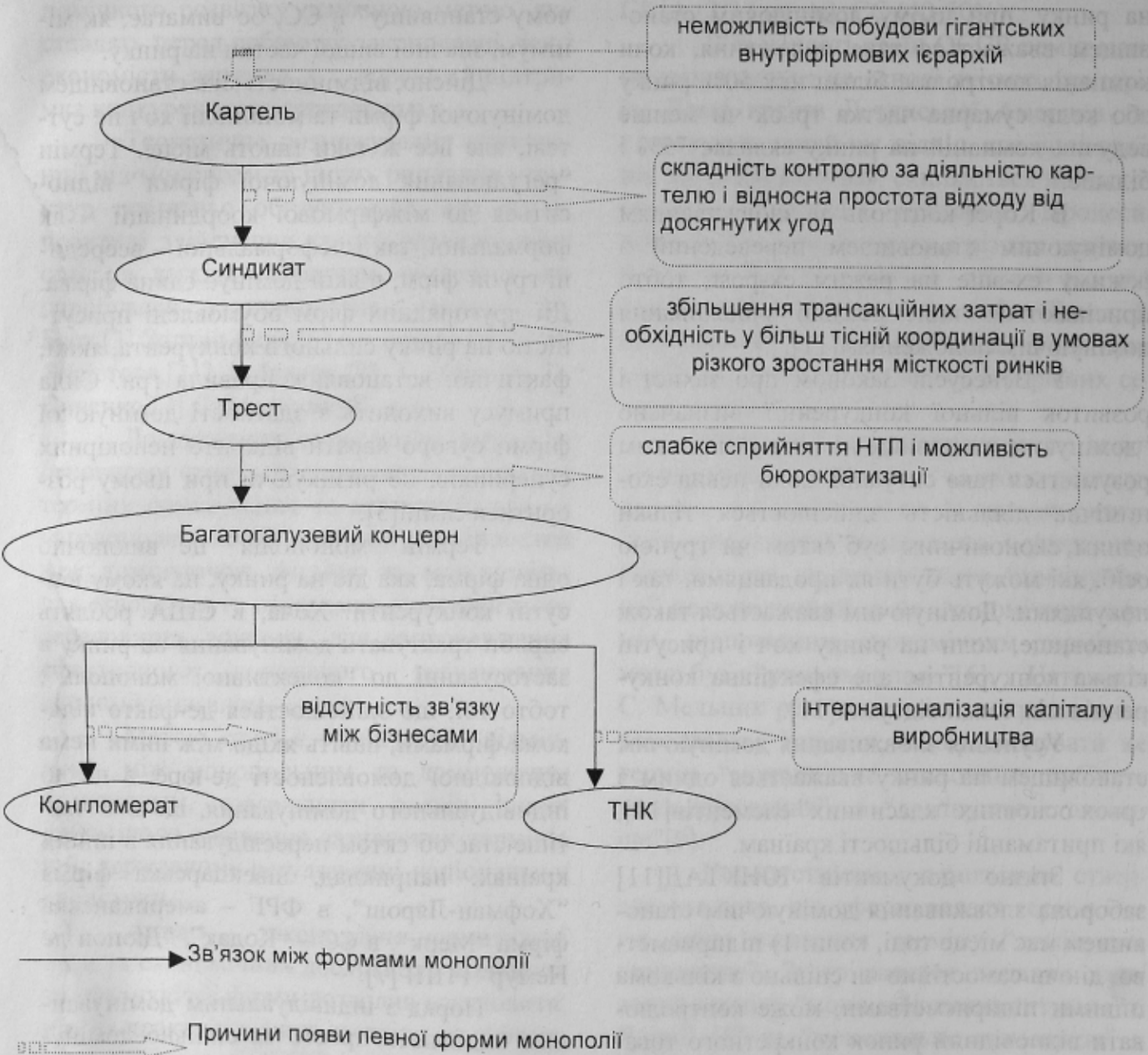


Рис.1. Еволюція форм монополій¹

¹ Складено автором за Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации. http://media.karelia.ru/~resource/econ/Teor_org/R9.htm#2.5.1 [1]

Перечислені вище форми монополій формувались з метою досягнення економічної могутності на певному ринку.

Окрім різних форм, монополії, на відміну від домінуючої фірми, властиві види, що прокласифіковані на рис. 2.

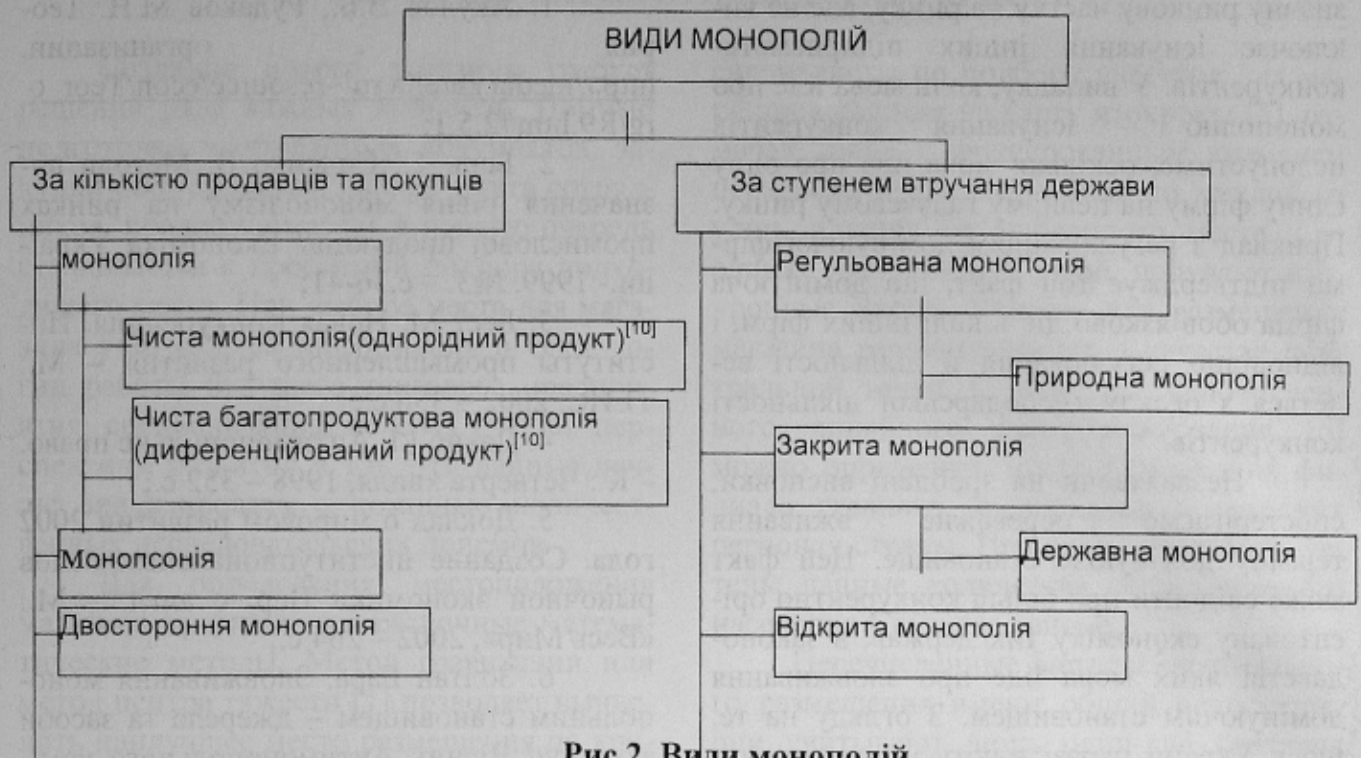


Рис.2. Види монополій

Проведений аналіз доводить відмінності між монополією та домінуючою фірмою і відповідно між монопольним становищем та домінуючим становищем, оскільки крім законодавчих особливостей вживання цих термінів наштовхуємося на відмінності в теоретичних положеннях щодо монополії та домінуючої фірми.

За словами Золтана Бари[6], закони проти монополізму, як правило, спрямовані на підприємницьку практику, завдяки якій фірми можуть отримати чи захистити монопольне становище. Закони проти зловживань домінуючим становищем направлені на такі ж випадки. Дійсно, мета цих двох видів законів одна, але об'єкти до застосування в них різні. З огляду на види законодавства можна робити висновок про

тип ринкової структури. Домінуючі фірми, як правило, мають відношення до олігополістичних ринків, а монополії – до монополістичних. Якщо взяти до уваги механізми ціноутворення, то на ринку з домінуючою фірмою допустимі випадки змови та такі методи встановлення ціни, як, наприклад, метод цінового лідерства, що властиве олігополії. На монополістичних ринках встановлення ціни та визначення обсягів збуту здійснюється монополістами без застосування тих методів, які мають місце на олігопольних ринках.

Висновок. Становище монополії та домінуючої фірми на ринку з наведеного дослідження можна трактувати як два нетотожних поняття. Для аналізу галузевих ринків важливо відмежовувати монополію

від подібних їй ринкових структур. Це є необхідним для формування чітких висновків про вид ринку, а також для окреслення напрямів державного регулювання.

Домінуюча фірма здатна захоплювати домінуюче становище, що засвідчує значну ринкову частку на ринку, але не виключає існування інших підприємств-конкурентів. У випадку, коли мова йде про монополію – існування конкурентів недопустиме, оскільки мова йде про одну єдину фірму на певному галузевому ринку. Приклад з регулюванням домінуючої фірми підтверджує той факт, що домінуюча фірма обов'язково діє в колі інших фірм, і відповідно регулювання її діяльності ведеться з огляду господарської діяльності конкурентів.

Незважаючи на зроблені висновки, спостерігаємо переважне вживання терміну домінуюче становище. Цей факт може свідчити про більш конкурентно орієнтовану економіку тих держав, в законодавстві яких мова йде про зловживання домінуючим становищем. З огляду на те, що в Україні наразі мають місце ринки з суттєвою монополізацією, але паралельно існують ринки з вираженим домінуванням певних підприємств, то для вітчизняного законодавства необхідним є чіткіше розмежування між становищем монополії та домінуючої фірми.

Беручи до уваги проєвропейське спрямування вітчизняного конкурентного законодавства, для створення та підтримки конкурентного середовища не варто вести мову тільки про домінуюче становище. Поведінка домінуючої фірми дещо відрізняється від поведінки монополіста, оскільки останній, зокрема, при формуванні цінової політики орієнтується тільки на самого себе і на сукупний попит, а домінуюча фірма має можливість орієнтуватись ще й на конкурентів.

Хоч домінування має кілька видів, але йому не завжди притаманні такі форми та види, яких можуть набувати монополії. Це знову ж таки є ще однією відмінною ознакою між монополією та домінуючою

фірмою, що підтверджує різницю у трактуванні монопольного та домінуючого становища.

Література.

1. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации. http://media.karelia.ru/~resource/econ/Teor_0rg/R9.htm#2.5.1;
2. Бень Т., Сиченко В. Методи визначення рівня монополізму на ринках промислової продукції// Економіка України.- 1999. №3. – с.36-41;
3. Бест М. Новая Конкуренция. Институты промышленного развития – М.: ТЕИС, 2002 – 356 с.;
4. Дахно І.І. Антимонопольне право. – К.: Четверта хвиля, 1998 – 352 с.;
5. Доклад о мировом развитии 2002 года. Создание институциональных основ рыночной экономики./Пер. с англ. – М.: «Весь Мир», 2002 – 264 с.;
6. Золтан Бара. Зловживання монопольним становищем – джерела та засоби захисту// Вісник Антимонопольного комітету України “Конкуренція”.- 2003. №6. – с.53-57;
7. Иванов И.Д. Современные монополии и конкуренция: (Формы и методы монополистической практики) – М.: Мысль, 1980 – 254 с.;
8. Кузьмін Р.І. Антимонопольне регулювання в господарському праві Японії// Атореф. дисертації, Донецьк, Вид-во “Донеччина”, 1997 – 24 с.
9. Мельник С.Б. Монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання на ринку// Атореф. дисертації, Донецьк, Вид-во ТзОВ “Вега-Принт”, 2001 – 18 с.;
10. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 1997. – VI, 698 с.;
11. Ячеистова Н.И. Международная конкуренция: законодательство, регулирование и сотрудничество – Нью-Йорк и Женева: ООН, 2001 – 468 с.

Статья поступила в редакцию 31.03.2004