

ВЛАСНІСТЬ ТА МОНОПОЛІЯ**Ю. Г. Наумець***Національний університет “Львівська політехніка”***ВСТУП**

У статті наведено втрати від існування на ринку монополії (відсутності конкуренції), проаналізовано зв'язок між монополією та способом організації власності, впливом власника на ринок, наведені відповідні приклади та факти, розглянуто нові способи утворення монополістичних структур.

Поставлення проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. У кожній національній економіці, відповідно до законодавства та прийнятої практики, існують підприємства, що здійснюють певні види діяльності відповідно до системи економічних відносин у державі. Підприємства мають специфічну внутрішню організацію, створюють об'єднання, вибудовують їх організаційну структуру тощо.

Відповідно до дій підприємств, чинного національного законодавства та прийнятої практики органи виконавчої влади в державі проводять відповідну політику: антимонопольну, розвитку підприємництва, фінскальну та інші, а органи законодавчої влади змінюють та вдосконалюють чинне законодавство.

З розвитком глобалізаційних процесів національні кордони перестали бути кордонами для здійснення підприємницької діяльності, переміщення капіталу, інформації та практичного досвіду. Досвід підприємств, форми організації бізнесу, прийнята практика в одній країні перемістилися в інші держави. Але стрімке поширення нового досвіду не призвело до такої ж стрімкої зміни законодавства, традицій, державної політики, до стрімкого розвитку та збагачення економічної теорії та економічних досліджень тощо в інших державах. Фактично іноземні підприємства, що вивчили місцевий досвід, перенесли національний досвід в інші країни та адаптували його до місцевих умов, отримали суттєві переваги. Особливо це стосується організації підприємницької діяльності (що безпосередньо пов'язане з поняттям, організацією та використанням власності), також це стосується захоплення та володіння ринком та відповідно антимонопольної політики. Саме цій проблемі і буде присвячена стаття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Ця стаття базується як на старих фундаментальних дослідженнях, вже накопиченому досвіді, що відображений в українському законодавстві, працях Макконелла, Брю, Пивоварова та інших, так і на останніх дослідженнях українських науковців та новітніх фактах, що відображені в авторефератах до дисертаційних досліджень, періодичних виданнях, Інтернеті.

В існуючих дослідженнях головна увага приділяється монополії як певним діям підприємства, ситуації на ринку, де чітко можна виділити підприємство-монополіста, що володіє великою часткою ринку (має контрольний пакет акцій більшості підприємств). Саме на такому підході базується антимонопольне законодавство України. Монополії як наслідку нової організації власності (що пов'язане з новим сприйняттям власності) та побудові на цій основі нової монополістичної структури, уваги майже не приділяється, що призведе до невідповідності між антимонопольним законодавством та діями підприємств-монополістів і відповідно до можливості монополізувати ринок та не попадати в поле зору Антимонопольного комітету. Саме на це, як на частину невирішеної проблеми, і буде спрямована увага в цій статті.

Формулювання цілей статті (поставлення завдання). Ціллю статті є показати відмінність між існуючими традиційними знаннями про власність та монополію, що базуються на національному законодавстві та старих фундаментальних дослідженнях, та новітнім досвідом, фактами, що виявляють застарілість та недовіру існуючих знань. Довести, що, змінивши традиційні уявлення про власність, організацію власності, вплив власника на ринок, монополію та втрати від монополії, можна побудувати та відслідковувати новий тип монополістичної структури, уникнути значних втрат від існування монополії на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Оскільки існування та визнання монополії на ринку безпосередньо пов'язані з поняттям власності та виокремленням певного одного власника (суб'єкта господарювання), що є монополістом, то спочатку я хотів би зосередити увагу на таких поняттях, як “монополізм” та “монополія”, а також на організації власності в економіці та впливі власника на ринок.

Згідно з Економічною енциклопедією “монополізм — сукупність явищ, зумовлених винятковим становищем окремих господарюючих суб'єктів господарювання, ланок народного господарства, що призводять до завоювання економічної влади обмеженням та усуненням конкуренції” [1, с. 478].

“Монополія — окремі наймогутніші підприємства або об’єднання кількох підприємств, які виробляють переважну кількість продукції певного виду і тому впливають на процес ціноутворення і привласнюють високі (монопольні) прибутки” [1, с. 479].

Проаналізуємо наведені визначення.

Згідно з визначенням терміна “монополізм” монополізмом буде вважатися ситуація, при якій підприємства використовують протизаконні дії та використовують інструменти недобросовісної конкуренції. Якщо ж підприємство, яке має 70-100% ринку, знаходиться на такому ринку, що не приваблює інвесторів, що можуть створити нові підприємства-конкурентів (тобто конкурентів фактично немає), то таке підприємство не буде вважатися монополістом.

Вважається, що найбільші втрати від монополізації певного ринку несуть споживачі. Полягають ці втрати в надлишкових платежах (витратах) через встановлення завищеної (монопольної) ціни. Але існують ще більші втрати від монополізації ринку, обґрунтувавши які, можна визнати монополізацію ринку, навіть якщо підприємство не застосовує інструменти недобросовісної конкуренції [1, с. 480].

Підприємство, що не має конкурентів на певному ринку, може не завищувати ціну, оскільки саме це може призвести до появи нових конкурентів (оскільки буде стимулом до входження на ринок нових підприємств). Але для отримання великих прибутків воно може суттєво економити на витратах для вдосконалення виробництва, на покращанні якісних характеристик товару. Цим воно спричиняє цілу сукупність втрат:

1) втрачають споживачі — споживання неякісного товару призводить до низького задоволення потреб, до зниження добробуту населення (призводить до втрат національного доходу), відбуваються перевитрати споживачів (не завдяки завищеній ціні, а завдяки заниженій якості, тобто ціна не відповідає якості);

2) втрачають інші підприємства — псується сам ринок, оскільки споживачі, що звикли (а найгірше, коли це не звичка, а норма виховання) споживати дешевий неякісний товар, можуть не схотіти споживати новий якісний товар, це підвищує ризикованість входу на ринок нових підприємств (що пропонують якісну дорожчу продукцію), знижує інвестиційну привабливість ринку, прибутковість тощо;

3) втрачає вся економіка та суміжні галузі — відсутність конкуренції не призводить до пошуку нових шляхів задоволення потреб споживачів, не призводить до вдосконалення виробництва, збільшення доданої вартості, збільшення частки капіталу та інтелектуальної власності в доданій вартості, відбуваються суттєві втрати національного доходу; оскільки для виготовлення кінцевого товару споживаються завжди одні і ті самі складові та ресурси, втрачається мотивація для суміжних галузей вдосконалювати якість ресурсів та складових; через те що всі галузі в будь-якій економіці пов’язані та розвиватися можуть тільки у сукупності, подібна реакція втрати мотивації вдосконалювати кінцевий товар та складові на його виготовлення є ланцюговою, фактично відбувається руйнування всіх галузей економіки. Кінець кінцем, це призведе до застою та депресії всієї економіки.

Усі ці втрати можна побачити сьогодні майже на будь-якому підприємстві в Україні, в будь-якому регіоні або населеному пункті, кожне домашнє господарство його відчуває. Таким чином, втрати від завищеної монопольної ціни є найменшими втратами порівняно з іншими (наведеними вище) втратами.

Таким чином, суттєві втрати від монополізації ринку (або відсутності конкуренції) існують навіть тоді, коли підприємство не обмежує та не усуває конкуренцію на ринку. Тому такий ринок можна визнати монополізованим. Тобто зміна традиційних уявлень про монополію дозволить побачити, визнати та боротися з негативними наслідками відсутності конкуренції, а не лише з недобросовісною конкуренцією, яка існує на всіх ринках (навіть на ринку чистої конкуренції).

Хочу звернути увагу на певний парадокс, який стосується створення обмежень та недопущення конкурентів на ринок. Так само, як підприємство може знижувати якість для зниження витрат, зниження інвестиційної привабливості ринку та його дестабілізації, підприємство може завищити якість, постійно вдосконалюватися та оновлюватися, отримуючи при цьому мінімальну норму прибутку (завдяки ефекту масштабу та охоплення всього ринку). Це стримуватиме нових інвесторів створювати підприємства-конкуренти та вкладати кошти в ринок, оскільки максимальні витрати призведуть до незначних (навіть до мінімальних) результатів. Тобто відбуваються стабілізація ринку, зниження інвестиційної привабливості, отримання середнього прибутку завдяки повному охопленню ринку.

У такій ситуації очевидно є монополізація ринку, але жодного негативного наслідку існування монополії не спостерігається. Навпаки, подібна монополія є кращою для економіки, ніж конкуренція. Це твердження справедливе, навіть якщо ринок та підприємство не належать до природної монополії.

Відомі приклади існування подібних монополій [2, с. 19-20].

Для вирішення цього парадоксу необхідно розробити певну систему показників, що враховувала б усі існуючі внутрішні та зовнішні характеристики діяльності підприємства (об’єднання підприємств) та виконувала б функції індикатора, за допомогою якого можна оцінити: чи є існування підприємства-монополіста на ринку позитивним для цього ринку та всієї економіки в цілому чи ні.

Хочу звернути увагу на те, що монополія традиційно вважається негативним явищем в економіці. Наведена вище ситуація існування монополії стверджує про протилежне, тому необхідно змінити традиційні уявлення про монополію.

Щодо наведеного вище визначення монополії, то з ним можна цілком погодитися. Але я хотів би звернути увагу на те, що монополістом в економіці вважається підприємство, а не власник. Тобто

суспільство на основі прийнятої практики визначило, що саме підприємство є носієм суттєвого впливу на ринку.

Така ситуація є прийнятною для більшості країн, де існує велика кількість невеликих інвесторів, що вкладають (тобто об'єднують) гроші в підприємства та володіють частками та акціями в статутних фондах. Але існують країни, де така ситуація не є типовою та прийнятною, країни, де класичні принципи економіки не працюють.

Може виникнути ситуація, коли в економіці існує невелика кількість великих інвесторів. Вони можуть створити підприємства, здатні монополізувати будь-який ринок. Але таке створення підприємств та монополізація ринку однозначно призведуть до втручання Антимонопольного комітету в діяльність підприємств. Для недопущення такої ситуації власники створюють низку підприємств, банків та інших організацій, що пов'язані між собою фінансовими потоками та частково узгоджують свої рішення завдяки взаємному фінансуванню та взаємному обміну акціями (що також запобігає небажаному поглинанню іншими підприємствами або власниками). Таким чином, створюється враження конкуренції, але насправді існує повна монополізація ринку. Для того щоб не допустити втручання Антимонопольного комітету, створюється дуже малий вплив з боку одного підприємства в сукупності усіх підприємств (близько 5-15 %). Тобто відбувається розпорошення капіталу, власності для максимального охоплення ринку та досягнення максимального контролю за ринком.

Це твердження справедливе і для великого підприємства. На зразок одного великого власника, що розпорошує капітал для контролю за ринком, діють і великі підприємства, що створюють дочірні підприємства та стають асоційованими власниками інших підприємств. Це дозволяє суттєво впливати на ринок, навіть не маючи контрольного пакета акцій. В Україні існує багато прикладів такої поведінки великих підприємств [3, с. 96].

Тут варто звернути увагу на зв'язок власності та монополії.

У більшості країн власник намагається зміцнити свої позиції завдяки концентрації капіталу, інвестування його в одне підприємство та збільшення підприємства. Вважається, що володіння так званим “контрольним пакетом акцій” дозволяє керувати підприємством та відповідно впливати на ринок. Розпорошення капіталу, володіння незначною часткою підприємства (об'єднання підприємств) вважається втратою впливу на ринок, втратою сили підприємством. Розвиток та збільшення підприємства, а також подібне міркування призводить до поступової монополізації ринку. Таким чином, підприємство неминує трапляє в поле зору Антимонопольного комітету, а з часом при досягненні певної частки на ринку (що згідно з національним законодавством буде вважатися монополією), змушене буде продати частину власності, реорганізуватися або іншим чином зменшити частку на ринку.

У деяких країнах існує дуже жорстке антимонопольне законодавство, що не дозволяє значну концентрацію капіталу. Тому підприємства та банки змушені створювати нові підприємства, а узгодження рішень та контроль за ними здійснювати завдяки взаємному фінансуванню та взаємному обміну акціями. Тобто фактично відбувається розпорошення власності, що дозволяє, з одного боку, контролювати ринок (але не одним підприємством, а багатьма), а з іншого - не підпадати під антимонопольне законодавство та не трапляти в поле зору Антимонопольного комітету. Звичайно, у випадку розпорошення капіталу узгодженість рішень невисока та ефект синергії незначний, але з'являється можливість монополізувати ринок, що нейтралізує всі негативні наслідки розпорошення власності [2, с. 23-24; 3, р. 310; 4, с. 115].

Антимонопольний комітет може відслідкувати і розпорошений капітал, але вважається, що настільки розпорошений капітал не дозволить суттєво впливати на ринок. Крім того, витрати на пошук подібного розпорошеного капіталу часто перевищують втрати суспільства від монополізації, тобто відслідковувати власника розпорошеного капіталу стає економічно не доцільно.

В економіці України сьогодні існує багато підприємств, що використовують розпорошення капіталу для монополізації ринку або суттєвого впливу на нього. Антимонопольне законодавство спрямоване на пошук великого підприємства (об'єднання підприємств), що володіє значною часткою ринку; існування монополії у вигляді розпорошеного, а не концентрованого капіталу антимонопольним законодавством не передбачається [5]. Але на ринку існує лише багато малих підприємств, що володіють на ринку незначними частками, тому Антимонопольний комітет, що керується у своїй діяльності антимонопольним законодавством, є безсилим проти такої монополізації ринку.

Для підтвердження наведеного вище наведемо приклад: “ПриватБанк через свої афілійовані структури отримав контроль над блокуючим пакетом акцій (25%) в найбільшому депозитарії цінних паперів — “Міжрегіональному фондовому союзі”. (МФС) ... На минулому тижні Український кредитний банк продав близько 6% акцій МФС Морському транспортному банку (м. Одеса), який тепер належить ПриватБанку. Разом з частками інших компаній ПриватБанку (“Бізнес-Інвест” та іншими структурами) група “Приват” тепер володіє більш ніж 25% акцій МФС.” “... Маючи 25% акцій МФС, ПриватБанк може блокувати будь-які рішення МФС”, – заявив голова правління МФС Микола Швецов. “Фактично МФС є монополістом ... Якщо один з учасників ринку, особливо активний в угодах злиття-поглинання, отримує контроль над таким монополістом, то це може лякати тих же іноземних інвесторів ... Ризик використання інсайдерської інформації, блокування операцій конкурентів та інше також явно суперечать базовим принципам розвинутого фондового ринку”, – заявив керівник відділу випуску фінансових інструментів Укрсоцбанку Ерік Найман [3, с. 50]. Завдяки своїм афілійованим структурам та розпорошенню капіталу “ПриватБанк”

отримав контроль над блокуючим пакетом акцій в найбільшому депозитарії цінних паперів “Міжрегіональному фондовому союзи”, що є фактично монополістом.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Для того щоб не допускати монополізації ринку та негативних наслідків монополізації, необхідно використовувати світовий досвід з організації монополістичних утворень та досліджувати форми організації власності, оскільки будь-яка монополія створюється для того, щоб володіти, і базується на власності. Також необхідно змінити існуючі знання про власність, організацію власності та вплив власника на ринок, на цій основі вибудувати антимонопольне законодавство.

Важливим для подальшого вдосконалення антимонопольного законодавства та досліджень монополістичних утворень є розроблення системи показників або інтегрованого показника, що враховував би всі існуючі внутрішні та зовнішні характеристики діяльності підприємства та виконував функції індикатора, за допомогою якого можна оцінити: чи є підприємство монополістом, чи ні; чи є існування підприємства-монополіста на ринку позитивним для цього ринку та всієї економіки в цілому, чи ні.

Також необхідно змінити традиційне уявлення про монополію як про негативне явище в економіці. Монополія (навіть неприродна) може відігравати для всієї економіки позитивну роль (в чому вона полягає - наведено у викладі основного матеріалу). Це сприятиме вибору оптимальної величини підприємства та оптимального впливу на ринок.

Важливим є створення такого антимонопольного законодавства, яке б відслідковувало не лише монополістичні структури, що створені завдяки концентрації капіталу на одному підприємстві, а й монополістичні утворення, що використовують розпорошеність капіталу між багатьма підприємствами. Це дозволить унеможливити існування на ринку монополістичних структур або принаймні дозволить контролювати та регулювати їх діяльність.

SUMMARY

In the article adduced losses from existence of a monopoly (absence of a competition) on a market. Also coherence between monopoly and mode of organizing ownership, effect of owner to a market are analyzed. In the article showed appropriate examples and facts, considered new modes of making monopolistic organizations.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Економічна енциклопедія: У 3 томах т.2.-952с./ Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 952 с.
2. Бюлетень посольства Японії в Україні.—Київ: Абрис, 1995. - №3 - 44 с.
3. Журнал “БІЗНЕС” № 7 від 14.02.2005.
4. The Japanese firm: the sources of competitive strength / edited by Masahiko Aoki and Ronald Dore. Published in the United States by Oxford University Press Inc., 1998. — 392 p.
5. Международный менеджмент / Под ред. С. Э. Пивоварова, Л. С. Тарасевича, А. И. Майзеля – СПб: Питер, 2001. — 576 с.: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).
6. www.rada.gov.ua, Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку від 5 березня 2002 року № 49-р.

Надійшла до редакції 20 липня 2006 р.