

Филлюк Г. М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТИПОЛОГІЗАЦІЇ РИНКОВИХ СТРУКТУР

Критично проаналізовано сформовані в економічній теорії різні наукові підходи до класифікації ринкових структур. Запропоновано авторську типологізацію ринкових структур.

Ключові слова: ринкова структура, тип ринкової структури, критерії типологізації ринкових структур.

Ускладнення та урізноманітнення економічного життя суспільства в умовах інформатизації та глобалізації світогосподарського розвитку актуалізують проблему типологізації ринкових структур. “Типологізація” являє собою одну з універсальних процедур наукового мислення, яка виражається у розмежовуванні об’єктів та їхніх угруповань за допомогою узагальненої, ідеалізованої моделі або типу. Необхідність у дослідницькій типологізації виникає у зв’язку з потребою впорядкувати багатоманітність неоднорідних об’єктів або вивчити певні закономірності на основі аналізу таких розмаїть. Типологізація у межах морфології ринків включає: виявлення подібності й відмінностей розмаїття ринкових структур; пошук надійних способів ідентифікації ринкових структур; угруповання ринкових структур за допомогою ідеалізованого типу (моделі); розкриття їхніх закономірностей і тенденцій розвитку та ін. Тому в запропонованому дослідженні типологізація ринкових структур є не самоціллю, а важливим елементом їхньої трансформації, отже, має як теоретичне, так і практичне значення.

Питання типологізації ринкових структур в економічній теорії тією чи іншою мірою відображено у працях представників різних економічних шкіл: А. Сміта, А. Маршалла, А. Курно, Г. фон Штакельберга, Е. Чемберліна, Дж. Бейна, Дж. Робінсон, В. Ойкена та ін. Окремі аспекти зазначеної проблеми розглядаються у працях західних (П. Мілгрома, Дж. Роберта, Д. Росса, Ж. Тіроля, Ф. Шерера), російських (зокрема С. Авдашевої, А. Вурос, Н. Розанової, Ю. Таранухи, О. Хвалько) та вітчизняних (А. Грищенко, О. Горняк, Л. Доленко, Б. Кваснюка, О. Пустовойт, Р. Пустовійт та ін.) дослідників. У сучасній вітчизняній науковій літературі типологізації ринкових структур не приділено належної уваги, науковці зосереджуються здебільшого на питаннях стратегічної взаємодії економічних агентів у межах певного типу ринкової структури.

Метою статті є розробка комплексної типологізації ринкових структур з урахуванням історичної ретроспективи, сьогодення та перспективи. Цьому підпорядковані такі дослідницькі завдання: розкрити змістову сутність понять “ринкова структура”, “тип ринкової структури”; визначити основні підходи до типологізації ринкових структур в економічній теорії; обґрунту-

вати критерії типологізації ринкових структур з позицій сучасних соціально-економічних процесів тощо.

На сьогодні проблематика ринкових структур виокремилася у новий розділ економічної науки, який розвивається в рамках економічної компаративістики і спеціально орієнтований на виокремлення різних ринкових структур. Варто наголосити, що для позначення цього розділу науки використовуються різні назви: у працях німецьких економістів нерідко вживається термін “морфологія ринків”, або просто “економічна морфологія”¹, в англо- і франкомовній літературі його називають “таксономією” (від грецьких слів “taxis” – “розташування один за одним” і “nomos” – “закон”), або класифікацією ринків.

З’ясування сутності поняття “ринкова структура” зумовлює необхідність розуміння сутності однопорядкового терміна “структура”. Етимологічно це поняття трактується як “устрій, організація чого-небудь”. Відповідно до цього “Новітній філософський словник” тлумачить структуру як “сукупність внутрішніх зв’язків, будову, внутрішній устрій об’єкта”². Згідно з трактуванням, наведеним у “Великому економічному словнику”, структура – це “розташування і зв’язок частин, що становлять ціле; внутрішня будова чого-небудь”³. У “Філософському енциклопедичному словнику” структура визначається як сукупність сталих зв’язків об’єкта, що забезпечують його цілісність та відповідність самому собі, тобто які залишаються постійними за умов будь-яких внутрішніх або зовнішніх змін⁴. Отже, ведучи мову про “структуру”, доцільно наголосити на зв’язку між елементами.

Що стосується поняття “ринкова структура”, то у сучасній науковій економічній літературі воно зазвичай трактується як будова товарного ринку, що кількісно описується чисельністю і розміром фірм, які поставляють певний товар на ринок, наявністю товарів-аналогів, класифікацією покупців на ринку, умовами (бар’єрами) входження у ринок та виходу з нього, доступністю інформації про стан ринку та іншими даними щодо реалізації товарів⁵. Таке визначення ґрунтується на впровадженому в 1906 р. російським економістом В. Войтинським до наукового вжитку терміні “внутрішня будова ринку”⁶. Таким чином, поняття “ринкова структура” розглядається через призму побудови цієї структури, а також внутрішніх структурних елементів та факторів, які її визначають. Слід також зауважити, що найчастіше використовуваний у сучасній економічній літературі англomовний

¹ *Stackelberg H. von. Grundlagen der Theoretischen Volkswirtschaftslehre.* – Bern, 1948. – Р. 328.

² Новейший философский словарь / сост. А. А. Грицанов. – М.: Изд-во В. М. Скакун, 1998. – С. 686.

³ Большой экономический словарь. – М., 1991. – С. 683.

⁴ Философский энциклопедический словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – С. 657.

⁵ Большой экономический словарь. – 6-е изд., доп. / под ред. А. Н. Азрилияна. – М.: Ин-т новой экономики, 2004. – С. 1104.

⁶ *Войтинский В. Рынок и цены: теория потребления, рынка и рыночных цен* / В. Войтинский. – СПб., 1906. – С. 243.

термін “ринкові структури” відповідає німецькому терміну “ринкові форми” та французькому — “типи ринку”⁷.

Враховуючи багатоманітність поглядів на еволюцію ринкових структур, наявність множини факторів і стратегій, які визначають граничну схильність суб’єктів господарювання до конкурентних взаємодій на певному ринку, а також з огляду на зміст дефініції “структура”, автор пропонує таке тлумачення ринкової структури: ринкова структура — це внутрішня організація ринку, яка описується множинністю факторів кількісного (кількість фірм, які функціонують на ринку, та співвідношенням їх ринкових часток) і якісного (ступінь диференціації продукції, характер вхідних та вихідних бар’єрів, мобільність ресурсів, ступінь доступності інформації) характеру, а також специфікою ієрархічних, мережевих і горизонтальних зв’язків між суб’єктами господарювання, які впливають на тип соціально-економічних відносин між ними.

Поняття “тип ринкової структури” кваліфікується як узагальнююча теоретична модель (конструкція) ринків, що характеризується необхідним набором істотних ознак для їхнього групування. Поняття “тип ринкової структури” є результатом типологічного опису (типологізації). Можна запропонувати таке визначення типів ринкових структур — це сукупність ринкових структур, яким притаманні загальні риси, що проявляються в єдності закономірностей і тенденцій їх функціонування та розвитку на основі подібних взаємодій і взаємозалежностей між суб’єктами господарювання.

Цінність типологізації ринкових структур полягає у тому, що за допомогою терміна “тип” вона дає змогу охарактеризувати особливості функціонування сучасного ринку на національному рівні та в глобальному масштабі; відобразити об’єктивні ознаки подібності у явищах, що формують один тип (зразок, модель); встановити чіткі критерії особливого, що проявляється у відмінностях ринкових структур, які об’єднані в тип; визначити тенденції подолання або посилення подібності й розбіжності між ними шляхом виявлення особливостей взаємодії одна з одною.

Слід відмітити, що у запропонованій Г. фон Штакельбергом типологізації (табл. 1) відсутні такі добре відомі з англо-американської наукової економічної літератури типи ринкових структур, як “досконала конкуренція” та “монополістична конкуренція”. Однак більш детальне ознайомлення із зазначеною класифікацією ринкових структур доводить, що обидві вони можуть бути віднесені до типу двосторонньої поліполії. Це зумовлено тим, що і на ринку досконалої конкуренції, і на ринку монополістичної конкуренції функціонує багато покупців і продавців. Різниця між вказаними структурами полягає лише у характеристиці товару, який обмінюється на тому або іншому ринку: якщо цей товар є гомогенним (однорідним, тобто абсолютно однаковим), то двостороння поліполія набуде характеру досконалої конкуренції; якщо товар є гетерогенним (неоднорідним, дифе-

⁷ *Сторчевой М. А.* История теории рыночных структур / М. А. Сторчевой [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/184382.html>.

Таблиця 1

Типологізація ринкових структур в економічній теорії

Напрями і школи, представники, роки	Класифікаційні ознаки	Типи ринкових структур
Теорія ігор (Г. фон Штакельберг, 1934 р.)	Кількість продавців і покупців, які беруть участь в обміні	1) двостороння поліполія; 2) двостороння олігополія; 3) двостороння монополія; 4) олігополія; 5) олігопсонія; 6) олігополія, обмежена монопсонією; 7) монополія, обмежена олігопсонією; 8) монополія; 9) монопсонія
Фрайбургська школа ордoliberalізму (В. Ойкен, 40-ві роки XX ст.)	Форма попиту і форма пропозиції	1) повна конкуренція; 2) часткова олігополія з боку пропозиції; 3) олігополія з боку пропозиції; 4) часткова монополія з боку пропозиції; 5) монополія з боку пропозиції; 6) часткова олігополія з боку попиту; 7) двостороння часткова олігополія; 8) олігополія з боку пропозиції, обмежена частковою олігополією з боку попиту; 9) часткова монополія з боку пропозиції, обмежена частковою олігополією з боку попиту; 10) монополія з боку пропозиції, обмежена частковою олігополією з боку попиту; 11) олігополія з боку попиту; 12) часткова олігополія з боку попиту, обмежена частковою олігополією з боку пропозиції; 13) двостороння олігополія; 14) часткова монополія з боку пропозиції, обмежена частковою олігополією з боку попиту; 15) монополія з боку пропозиції, обмежена частковою олігополією з боку попиту; 16) часткова монополія з боку попиту; 17) часткова монополія з боку попиту, обмежена частковою олігополією з боку пропозиції; 18) часткова монополія з боку попиту, обмежена олігополією з боку пропозиції; 19) двостороння часткова монополія; 20) монополія з боку пропозиції, обмежена частковою монополією з боку попиту; 21) монополія з боку попиту; 22) монополія з боку попиту, обмежена частковою олігополією з боку пропозиції; 23) монополія з боку попиту, обмежена олігополією з боку пропозиції; 24) монополія з боку попиту, обмежена частковою монополією з боку пропозиції; 25) двостороння монополія

Продовження табл. 1

Напрями і школи, представники, роки	Класифікаційні ознаки	Типи ринкових структур
Гарвардська школа (Е. Чемберлін, Дж. Бейн, 60-ті роки XX ст.)	Ступінь взаємозалежності підприємств, ступінь диференціації товарів, умови входу на ринок	1) досконала конкуренція; 2) монополістична конкуренція; 3) однорідна олігополія; 4) неоднорідна олігополія; 5) монополія
Гарвардська школа (Е. Мейсон, 60-ті роки XX ст.)	Економічні характеристики продукту, затратні характеристики роботи фірми, чисельність і розміри продавців і покупців	1) ринок досконалої конкуренції з максимальним ступенем конкурентних взаємодій; 2) ринок монополії з мінімальним ступенем конкурентних взаємодій; 3) ринок недосконалої конкуренції (де конкуренція присутня, але її дія спотворюється поведінкою тих або інших економічних агентів)
Теорія галузевих ринків (Ф. Шерер і Д. Росс, 70–80-ті роки XX ст.)	Кількість продавців і покупців; диференціація продукції	1) чиста монополія; 2) гомогенна олігополія; 3) чиста конкуренція; 4) чиста багатопродуктова монополія; 5) олігополія з диференціацією продукції; 6) монополістична конкуренція
Теорія галузевих ринків (У. Гепард, 90-ті роки XX ст.)	Розмір ринкових часток суб'єктів господарювання	1) ефективна конкуренція (досконала конкуренція, монополістична конкуренція, “нешільна” олігополія); 2) неефективна конкуренція (чиста монополія, ринок з домінуючою фірмою, “щільна” олігополія)
Теорія мережових структур (М. Кастельс, Р. Патюрель, Д. Старк, поч. XXI ст.)	Ступінь кооперації та співробітництва між фірмами	Мережеві ринкові структури

Складено автором.

ренційованим), то двостороння поліполія набуде ознак риси монополістичної конкуренції, за якої кожний з багатьох продавців, що функціонують на ринку, продає певний різновид товару або супроводжує продаж однорідного товару специфічними, характерними тільки для нього додатковими послугами.

У 1940 р. у праці “Основи національної економіки” В. Ойкен, “намагаючись знайти середній шлях між Сциллою економічного емпіризму історичної школи та Харибдою абстрактної теорії австрійської школи” (Р. Нуреєв), визначає ринкові структури для попиту і пропозиції: конкуренцію, часткову олігополію, часткову монополію і чисту монополію, що дало йому змогу скласти матрицю з 25-ти різних ринкових структур. Як бачимо з таблиці, в основу його класифікації покладено також кількісний критерій — кількість представників пропозиції і кількість представників попиту. Але В. Ойкен застерігав, що вся різноманітність ринкових структур (за В. Ойкеном — форм), які реально існують, у жодному разі не вичерпується зазначеними в таблиці. Навпаки, їх кількість є значно більшою. Питання в тому, як їх ідентифікувати. Цим і займається економічна теорія. “Створюючи морфологічний апарат, — писав В. Ойкен, — вона домагається надзвичайної простоти. Не наука вносить різноманіття. Вона робить протилежне: редукує велике багатство конкретних порядків до чистих форм, кількість яких обмежена й котрі мають простіші властивості. Завдяки цьому стає можливим теоретичний аналіз економічних процесів, незважаючи на всю їхню багатогранність, яка має місце в історії”⁸. Критично аналізуючи запропоновану В. Ойкеном класифікацію, відомий російський економіст Р. Нуреєв зазначає, що перевагою підходу В. Ойкена є ґрунтовна класифікація ринкових структур, а її недоліком — статичний характер. Це зумовлено тим, що “функція аналізу (зведення різних форм господарювання до основних типів) вдалася В. Ойкену значно краще, ніж функція синтезу (виведення з цих форм основних етапів і ступенів розвитку), що істотно обмежило можливості її застосування на практиці”⁹.

Необхідно звернути увагу і на той факт, що в класифікаціях Г. фон Штакельберга і В. Ойкена відсутній такий тип ринкової структури, як монополістична конкуренція. Цей недолік був частково компенсований американськими економістами Ф. Шерером і Д. Россом, які доповнили запропоновану Г. фон Штакельбергом класифікацію ринкових структур показником “характеристика продукту”, виокремлюючи шість, на їхню думку, найважливіших. Відмінності між однорідністю і диференціацією продукції у цій класифікації ґрунтуються на ступені заміщення конкуруючих продуктів. Однорідність пануватиме тоді, коли, на думку покупців, продукти є досконалими заміниками (гомогенними). Характерною рисою диференціації

⁸ Ойкен В. Основные принципы экономической политики / В. Ойкен ; пер. с нем. ; под общ. ред. Л. И. Цедилина, К. Херрман-Пиллата. — М. : Прогресс, 1995. — С. 49.

⁹ Нуреєв Р. Старая и новая экономическая компаравистика: единство и различия / Р. Нуреєв [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://iop.rea.ru/UserFiles/iop/meropr/nureev/old_n_new_comparative_economics_nureev.pdf.

продукції є можливість фірми підвищити ціну на неї, не обмежуючи при цьому обсяги продажу. Очевидно, що може існувати нескінченний ряд градації продукції за ступенем диференціації, тому на практиці іноді доволі складно провести чітку грань між тим, де закінчується певна однорідність і починається диференціація. Аналогічно, зауважують вчені, складно визначити, коли при зростанні кількості продавців на ринку відбувається перехід від олігополії до конкуренції.

У 60-х роках XX ст. гарвардські економісти Е. Чемберлін і Дж. Бейн запропонували іншу, формалізовану класифікацію ринкових структур, яка ґрунтується на трьох параметрах, що піддаються кількісній оцінці. Зокрема, Е. Чемберлін запровадив використання для класифікації ринкових структур двох критеріїв – взаємозамінність, тобто ступінь диференціації товарів, які пропонуються різними підприємствами на одному й тому самому ринку, і взаємозалежність підприємств¹⁰. Дж. Бейн доповнив запропоновані Е. Чемберліном критерії класифікації ринкових структур третім – умовами (бар'єрами) входження у ринок¹¹. Класифікацію ринкових структур на основі зазначених критеріїв наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Класифікація ринкових структур за Е. Чемберліном та Дж. Бейном

Тип ринкової структури	Взаємозалежність		Умова входу
	товарів	підприємств	
Досконала конкуренція	$\rightarrow \infty$	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$
Монополістична конкуренція	$0 < \varepsilon_{p_{i,j}} < \infty$	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$
Однорідна олігополія	$\rightarrow \infty$	$0 < \varepsilon_{Q_{i,j}} < \infty$	$E > 0$
Неоднорідна олігополія	$0 < \varepsilon_{p_{i,j}} < \infty$	$0 < \varepsilon_{Q_{i,j}} < \infty$	$E > 0$
Монополія	$\rightarrow 0$	$\rightarrow 0$	Вхід блоковано

Коефіцієнти перехресної еластичності попиту за ціною та перехресної еластичності попиту за обсягами продажу, тобто $\varepsilon_{p_{i,j}}$ і $\varepsilon_{Q_{i,j}}$, розраховуються за формулами:

$$\varepsilon_{p_{i,j}} = \frac{\partial Q_i}{\partial P_j} \cdot \frac{P_j}{Q_i}; \quad (1.1)$$

¹⁰ Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition / E. Chamberlin // Monopoly and Competition and Their Regulation / ed. by E. Chamberlin. – London, 1954. – P. 264–265.

¹¹ Bain J. S. Barriers to New Competition / J. S. Bain. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1956; Bain J. Condition of Entry and the Emergence of Monopoly / J. Bain // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. – London, 1954. – P. 227–237.

$$\varepsilon_{Q_{i,j}} = \frac{\partial P_i}{\partial Q_j} \cdot \frac{Q_j}{P_i}, \quad (1.2)$$

де $\varepsilon_{P_{i,j}}$ і $\varepsilon_{Q_{i,j}}$ — коефіцієнти, відповідно, перехресної еластичності попиту за ціною та перехресної еластичності попиту за обсягами продажу; ∂P_i — зміна ціни на товар i -го підприємства; P_i — ціна на товар i -го підприємства; ∂Q_j — зміна обсягу продажу j -го підприємства; Q_j — обсяг продажу j -го підприємства.

Таким чином, чим вищою є цінова перехресна еластичність, тим, відповідно, більш однорідними є товари, які пропонуються двома конкурентами, і тим досконалішою є їх заміність. У формулі (1.2) чим вищою є кількісна перехресна еластичність, тим жорсткішою є взаємозамінність підприємств. Якщо коефіцієнт еластичності наближається до 0, то кожний продавець може ігнорувати реакцію конкурентів на свої дії незалежно від їх кількості на ринку та ступеня субституції їхнього товару. Навпаки, якщо кількісна перехресна еластичність висока, то взаємозалежність продавців є значною і жоден з них не може ігнорувати реакцію інших на свою поведінку, навіть якщо товари, що пропонуються на ринку, є досить неоднорідними.

Неокласичну традицію покладено в основу визначення головного критерію класифікації ринкових структур — інтенсивності конкуренції на ринку. Загальновідомо, що у структурній концепції термін “конкуренція” вживається для характеристики моделі, побудови ринку, а відтак — для прогнозування поведінки економічних агентів з боку попиту і пропозиції на тому або іншому ринку. Формальними його критеріями є рівень концентрації ринку, тобто розподіл часток між суб’єктами господарювання. З огляду на це представники теорії організації ринків розрізняють три типи ринкових структур: 1) ринок досконалої конкуренції з максимальним ступенем конкурентних взаємодій; 2) ринок монополії з мінімальним ступенем конкуренції (відсутністю такої) — протилежність першого типу; 3) ринок недосконалої конкуренції (де конкуренція присутня, але її дія спотворюється поведінкою тих або інших економічних агентів).

Необхідно також зазначити, що у науковій літературі сформувалися *статичний* і *динамічний* підходи до аналізу ринкових структур. Статична інтерпретація є цілком природною, оскільки будь-які дії конкуруючих економічних агентів теоретично однаково “підводять” ринок не до перемоги одних суперників над іншими, а лише до певного з рівноможливих конкурентних станів, що мають однопорядкове значення. Як обґрунтовано зазначив А. Юданов, “у центрі уваги перебуває не суперництво фірм у встановленні ціни, не з’ясування того, хто й чому переміг, а встановлення факту принципової можливості (або неможливості) впливу фірми на загальний рівень цін на ринку”¹². На думку іншого російського дослідника Ю. Коробова, не суперництво у встановленні ціни, а відсутність можливос-

¹² Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика / А. Ю. Юданов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Гном и Д, 2001. — С. 31.

ті впливати на ціну є ключовим моментом в аналізі ринкових структур. Це “погляд не з позиції поведінки суб’єктів ринку, а з позиції структури зв’язків між суб’єктами — структури ринку, в кінцевому підсумку визначальною є їхня поведінка”¹³.

Цікавою є типологізація ринкових структур, запропонована відомим зарубіжним дослідником теорії організації ринків У. Шепардом. Учений класифікує олігопольні ринки залежно від сукупної ринкової частки чотирьох провідних підприємств-продавців. Він вирізняє “щільну”, або “компактну”, і “нешільну”, або “вільну”, олігополію. До першого типу вчений відносить ринкові структури, в яких чотири провідні компанії займають 60 % ринку і більше, до другого — ринкові структури, в яких чотири компанії обслуговують до 40 % ринку. Змістова відмінність цих двох типів олігополії полягає в тому, що в умовах “щільної” олігополії цілком можливою є змова олігополістів, оскільки її легко здійснювати. За нещільної олігополії домовленість між фірмами є практично неможливою. Слід також зазначити, що У. Шепард відносить “нешільну” олігополію, монополістичну та досконалу конкуренцію до ринків ефективної конкуренції. Результати функціонування подібної ринкової структури з ефективною конкуренцією наближаються до конкурентного ідеалу, водночас ринки “щільної” олігополії, ринки з домінуючою фірмою та чистої монополії демонструють результати, далекі від цього ідеалу¹⁴.

Згідно із сучасною західною економічною доктриною, крім таких якісних характеристик конкуренції, як “досконала” та “недосконала”, існує “ефективна” конкуренція. Особливості досконалої і недосконалої конкуренції сформульовані в межах структурної концепції, позиції якої у західній економічній думці є настільки сильними, що сам термін “конкуренція” найчастіше вживається саме у структурному розумінні. Нагадаємо, що ідея ефективної конкуренції виникла на основі критичного переосмислення деяких положень теорії монополістичної конкуренції та сумнівів щодо моделі досконалої конкуренції як політичного керівництва. У межах теорії ефективної конкуренції динамізм функціонування економіки пояснювався високим ступенем корисного ефекту взаємодії конкурентів і олігополії за активної стимулюючої діяльності органів державної влади та управління. Дж. М. Кларк, наприклад, вважав державний вплив на олігополії “одним з найбільш здорових випадків ефективної конкуренції”¹⁵. Він також зазначав, що “теорія ефективної конкуренції — це динамічна теорія”¹⁶.

Теоретики інновацій вважають, що ефективна конкуренція можлива лише в умовах динамічної економіки, де безперервний потік нововведень

¹³ Коробов Ю. И. Теория и практика конкуренции / Ю. И. Коробов. — Саратов : Издат. центр СГЭА, 1996. — С. 6.

¹⁴ Shepherd W. The Economics of Industrial Organization / W. Shepherd. — 3rd ed. — N.Y. : Prentice Hall, 1990. — P. 13–15.

¹⁵ Clark J. M. Toward a Concept of Workable Competition / J. M. Clark // American Economic Review. — 1940. — № 2. — Vol. 30. — P. 241–256.

¹⁶ Clark J. M. Competition as a Dynamic Process / J. M. Clark. — Washington, D.C., 1961. — P. 9.

трансформує статичну ситуацію. Тож, динамічну конкуренцію, що стимулюється прагненням до отримання надприбутків через переваги у витратах та якості самого продукту, називають ефективною конкуренцією. Таким чином, з погляду економічного зростання конкуренція є суперництвом старого з новим: нові товари, нові технології, нові джерела забезпечення потреб, нові типи організації.

Нового звучання термін “ефективна конкуренція” набув на сучасному етапі глобалізації економіки. Під ефективною конкуренцією фахівці розуміють такі ринкові умови, за яких фірми перебувають під розумно допустимим конкурентним тиском з боку наявних і потенційних конкурентів та споживачів, а роль держави полягає у тому, щоб забезпечити існування такого тиску на ринку. Вживання терміна “ефективна конкуренція” має дуже важливе значення і дає можливість перевести теорію конкуренції з площини абстракцій, які нерідко погано узгоджуються з реаліями конкурентного суперництва, у площину практичного аналізу конкурентної поведінки компаній на різних типах ринків. Адже в його основу покладено конкурентні дії, той самий вплив економічних агентів на своїх суперників і протидію зустрічним загрозам.

Глибокі дискусії та розбіжності у поглядах на визначення “ефективної” конкуренції унеможливили єдиний підхід до сутності цього поняття. Наприклад, автори Римського договору в дискусіях про завдання конкурентної політики уникали характеристики конкуренції як “досконалої”, або “ефективної”, оперуючи поняттям “нормальна конкуренція”, під якою розуміється такий стан ринку, за якого компанії ведуть незалежну боротьбу за споживача з метою одержання максимально можливого прибутку. Деякі економісти вживають поняття “нормальний рівень конкуренції”, під яким розуміють рівень, що забезпечує необхідні стимули для виробника¹⁷. З усіх цих визначень однозначно випливає, що для неоднакових типів ринкових структур “нормальний” рівень конкуренції може бути різним.

Загальновідомо, що ринкова структура не є статичною. Дія різноманітних факторів постійно змінює її, внаслідок конкурентної еволюції відбувається безперервний перерозподіл ринкової влади. З огляду на це, на нашу думку, в основі будь-якої типологізації має бути критерій ефективності та результативності функціонування ринків. Тому всі ринкові структури, вважаємо, можна поділити на два типи (табл. 3): ринкові структури з ефективною конкуренцією та ринкові структури з неефективною конкуренцією (монополізовані). Ефективна ринкова структура — це такий тип, який характеризується наявністю і високим ступенем розвитку реальної або потенційної конкуренції, низькими бар’єрами входження підприємств у ринок та здатністю учасників досягати поставлених цілей (досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія (ситуація відсутності домовленості між учасниками ринку)), квазіконкурентний ринок, мережеві ринкові структури.

¹⁷ Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : в 3 т. — Т. 3: Конкурентоспроможність української економіки / за ред. В. Гейця, В. Семиноженка, Б. Кваснюка. — К. : Фенікс, 2007. — С. 48.

Таблиця 3

Класифікація ринкових структур

Класифікаційні ознаки		Типи ринкових структур	
		з ефективною конкуренцією	з неефективною конкуренцією (монополізовані)
Класифікаційні ознаки	Кількість учасників	Великого значення не має	Один або декілька
	Тип продукту	Стандартизований – на ринку досконалої конкуренції; диференційований на ринках олігополії, монополістичної конкуренції на квазіконкурентному	Стандартизований або диференційований – на ринках олігополії, з домінуючою фірмою; на ринку чистої монополії – унікальний
	Контроль над ринковою ціною з боку окремої фірми	Відсутній або незначний	Значний (обмежений висотою кривої попиту) – на ринках чистої монополії та з домінуючою фірмою; обмежений взаємною залежністю фірм – на ринку олігополії
	Бар'єри входження на ринок	Відсутні, незначні, легко долаються потенційними конкурентами	Блокують або значно ускладнюють входження у ринок; їх подолання пов'язане з істотними матеріальними і моральними затратами
	Інтенсивність і сила цінової конкуренції	Активна, на олігопольному ринку – жорстка, набуває характеру “цінових воєн”	Відсутня на ринку чистої монополії та на ринку олігополії (у короткостроковому періоді), незначна – на ринку з домінуючою фірмою
	Нецінова конкуренція	Має переважне значення; сприяє розмаїтості асортименту пропонуваних товарів і послуг, розвитку технологій	Незначна, або практично відсутня
	Доступ до інформації	Інформація симетрична і легкодоступна	Інформація неповна, асиметрична
	Рівень рентабельності	Як правило, середній, але можливі будь-які варіанти	Висока

Класифікаційні ознаки		Типи ринкових структур	
		з ефективною конкуренцією	з неефективною конкуренцією (монополізовані)
Нові ознаки	Характер угод між учасниками ринку	Автономність поведінки конкурентів, угоди відсутні або мають захисний характер (на олігопольному ринку)	Можливі й легко реалізуються; як правило, мають антиконкурентний характер
	Особливості взаємодій між фірмами та ринком	Конкурентна боротьба поєднується із співробітництвом та позитивною взаємозалежністю; гетерархія взаємовідносин	Взаємозалежність у прийнятті рішень, ієрархія взаємовідносин
	Інтенсивність та характер інновацій	Активні розробка, використання і комерційне використання різного роду інновацій; висока конкуренція у сфері інноваційної діяльності; досягнення значного економічного і соціального ефекту	Монополія на інновації та нововведення; прагнення до досягнення економічного ефекту

Складено автором.

Другий тип являють собою ринкові структури, в яких конкуренція між учасниками відсутня взагалі або дуже слабка. Це ринки чистої монополії, з домінуючою фірмою, олігополії (ситуація наявності узгодженої поведінки між учасниками). В основу типологізації ринкових структур можуть бути покладені ознаки: класичні (тип продукту, контроль над ринковою ціною з боку окремої фірми, бар'єри входження у ринок, інтенсивність і сила цінової конкуренції, нецінова конкуренція, доступ до інформації, рівень рентабельності) і нові, зумовлені прогресуючою глобалізацією економіки (характер угод між учасниками, особливості взаємовідносин фірм та ринку, інтенсивність та характер інновацій). Такий підхід до типологізації ринкових структур, на наш погляд, дасть змогу оптимізувати державну політику у сфері їх регулювання.

Перспективи подальших розвідок пов'язані з науковими дослідженнями і розробками державного регулювання різних типів ринкових структур в умовах глобалізації економіки.