

3. Лісовський Г.А. Наукове забезпечення техніко-технологічного реформування аграрного сектора // Соціально-економічна модель постреформованого розвитку агропромислового виробництва в Україні. – К.: ІАЕ УААН, 2000. - С. 37 - 39.
4. Михайлов Ю. Сільське господарство України вступає в пореформений етап // Пропозиція. – 2002. - № 4. – С. 13 - 14.
5. Михалев А.А. Совершенствование организации производственно-технического обслуживания в региональном АПК. – М.: «Агрипресс», 2001. – 208 с.
6. Реформованому АПК – новий ринок вітчизняної сільськогосподарської техніки та послуг // Техніка АПК, 2008. - №5. – С.4-5.

Рецензент: Корецький М.Х., д.держ.упр., професор.

УДК 338.24

Карпенко Н.М.,

здобувач

Класичного приватного університету,
м. Запоріжжя

АНАЛІЗ КОНЦЕНТРАЦІЇ, МОНОПОЛІЗМУ І ЕФЕКТУ МАСШТАБУ ДЛЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Анотація. У статті представлено сутність і аналіз концентрації, монополізму і ефекту масштабу. Запропоновано класифікувати монополізм з метою його антимонопольного регулювання.

Ключові слова: концентрація, монополізм, ефект масштабу, антимонопольне регулювання.

Аннотація. В статті представлена сутність і аналіз концентрації, монополізму і ефекту масштабу. Предложено классифицировать монополизм с целью его антимонопольного регулирования.

The summary. In a paper the essence and analysis of concentration, monopoly and scale effect is introduced. It is offered to assort monopoly with the purpose of his antiexclusive regulation.

Вступ. В умовах світової економіки спостерігається чітка тенденція до поширення процесів концентрації, посилення ролі ефекту масштабу у досягненні стійких конкурентних переваг, підвищенні прибутковості підприємств та зміцненні економічних систем країн.

В період входження України в систему глобальних економічних зв'язків, що спричиняє загострення конкуренції на державному та регіональних ринках, з'являється нова проблема розвитку конкуренції. Вона криється в двох протилежних напрямках: перший – потреба в інтенсифікації змагальної взаємодії учасників ринку, а другий – потреба в їх захисті від конкуренції з метою накопичення ними конкурентного потенціалу. Забезпечити збереження конкурентних переваг і сприяти їх посиленню можливо лише при стратегічному плануванні економічної концентрації і створенні корпорацій, які б відповідали світовим стандартам та могли протистояти агресивній політиці транснаціональних корпорацій

[1, с.302].

В той же час формування інтегрованих структур може стати передумовою національної і (або) регіональної монополізації економіки зі сторони приватного, а не державного капіталу. Це в свою чергу може спричиняти зловживання домінуючим становищем.

Тривалий час (до 90 рр. ХХ ст.) у вітчизняній економіці прагнення до концентрації виробництва було доведено до абсурду. У країні відбувалося змагання з гігантоманії, однак насправді концентрація була багато в чому формальною і не спиралася на раціональну структуру управління й організацію виробництва, передову технологію, спеціалізацію, сполучаючись з натуральним господарством, низьким ступенем використання основних і оборотних фондів, трудових ресурсів. Якщо в енергетиці і металургії концентрація деякою мірою виправдана (більш могутні агрегати безупинної дії в розрахунку на одиницю питомої вартості виробляють при правильному використанні більше продукції), то в інших галузях з перериваючим циклом виробництва концентрація понад розумні межі неефективна, тому що вкрай ускладнює управління виробництвом, постачанням сировиною тощо [2].

Підвищення уваги до аналізу концентрації і пов'язаного з нею монополізму є закономірним в умовах ринкових відносин, що характерні для економіки України. Вони є невід'ємними явищами ринкової економіки, а їх тісний зв'язок постійно знаходиться в колі обговорення. Адже концентрація виробництва здатна вести до монополізації ринків товарів і послуг шляхом концентрації обсягів продажів порівняно невеликою кількістю товаровиробників. Однак це можливе при збігу ряду обставин.

За неокласичною теорією, чим більш розвиненими і зрілими є ринкові інститути (правова система, інформаційні, кредитно-фінансові інститути тощо), тим з меншими перепонами зіштовхуються підприємці в своїй діяльності, а нерозвиненість ринкової організації – роблять актуальним проведення антимонопольної політики. Тому підтримка умов змагання за кращі результати господарювання, тобто конкуренції, є важливим чинником створення сприятливого клімату для підприємництва.

Постановка завдання.

Економічна концентрація має тенденцію до посилення в усьому світі, що вимагає ретельного і диференційованого розгляду цього процесу для визначення позитивних і негативних її наслідків, а також визначення її особливостей для антимонопольного регулювання.

Результати.

У науковій літературі процеси концентрації і монополізації визначаються по-різному, що підкреслює відсутність загально визнаної точки зору.

У Великому тлумачному словнику української мови термін „концентрувати” визначається як „збирати, скупчувати, зосереджувати кого-, що-небудь в одному місці” [3, с.295]. Схожі визначення наводяться

і в інших тлумачних словниках російських видань, зокрема у словнику під редакцією Д.Н. Ушакова: „Концентрувати – збирати, накопичувати в одному місці...” [4, с.369] та словнику С.І. Ожегова і Н.Ю. Шведової: „Концентрувати – збирати, зосереджувати, скупчувати в будь-якому місці...” [5, с.293]. Тобто концентрація передбачає зосередження в одному місці будь-яких елементів.

Концентрація (від лат. *concentratio* – зосередження навколо центру) – зосередження виробництва, капіталу в одному місці чи в одних руках [6, с.336].

Антимонопольний комітет України визначає концентрацію як процес злиття підприємств, компаній та інших ринкових активів, внаслідок якого зростає економічна влада учасників ринку. Концентрацією визнається не лише придбання акцій, але і створення нових підприємств, передача певних об'єктів у оренду, і навіть призначення керівників великих компаній [7].

Концентрація виражає процес зосередження виробництва на все більш великих підприємствах. А високий рівень концентрації є обов'язковою передумовою застосування новітньої високопродуктивної техніки, здійснення раціональних форм спеціалізації, кооперування і комбінування [8].

У великому економічному словнику Борисов А.Б. представляє концентрацію у двох формах – як концентрація капіталу і концентрація виробництва. Концентрація капіталу – це зосередженість, нарощування капіталу через сполучення капіталів різних власників, а також за рахунок перетворення прибутку в капітал, капіталізації доходів. Концентрація виробництва – зосередження виробництва одного або декількох родинних видів продукції на декількох великих підприємствах, в межах невеликого регіону [6, с.336].

В Українсько-російському економічному тлумачному словнику концентрація виробництва – це зосередження виробництва одного чи кількох видів продукції на дуже великих підприємствах у межах невеликого регіону [9, с.164-165].

Сутність концентрації виробництва полягає в укрупненні розмірів підприємств (абсолютна концентрація) і в розподілі загального обсягу виробництва галузі між підприємствами різного розміру (відносна концентрація). Відносна концентрація формується під впливом абсолютної, тому при аналізі і плануванні першорядне значення має визначення абсолютної концентрації [8].

На думку Градова А.П.: „Концентрація (зосередження) в межах того чи іншого підприємства (чи групи підприємств) деяких обсягів економічної діяльності передбачає зосередження певних обсягів ресурсів і продуктів економічної діяльності” [10, с.148]. Далі автор розрізняє два види концентрації – капіталу (вартість сконцентрованих в межах підприємства ресурсів – активів підприємства) і виробництва (вартість продуктів економічної діяльності) [10, с.149].

Про дві складові, що характерні для концентрації вказано і у словнику „Економіка: від А до Я”: „...зосередження виробництва або капіталу в одних руках або в одному місці” [11, с.182].

У словнику з менеджменту концентрація представлена лише у виробничій формі і визначається як „процес усупільнення виробництва через збільшення розмірів підприємств, зосередження процесів і засобів виробництва та випуску продукції на дедалі більших підприємствах, який характеризується зростанням питомої ваги великих підприємств у загальному випуску продукції певної галузі або в її сумарній потужності [12, с.236]. Дане визначення є найбільш повним з представлених, оскільки характеризує всі зміни, які забезпечуються при концентрації виробництва.

Розрізняють чотири форми концентрації виробництва: агрегатну – полягає у зростанні одиничної потужності устаткування (машин, агрегатів, апаратів, технологічних установок, ліній) і характеризується збільшенням частки великих агрегатів у загальній їх кількості або обсязі виробленої продукції; технологічну – збільшення розмірів виробничих одиниць (цехів, підрозділів, виробництв) у складі певного підприємства, комбінату, внаслідок чого частка великих виробництв зростає; заводську – процес укрупнення самостійних підприємств, розміри яких можуть збільшуватися за рахунок зростання обсягів технологічно однорідних виробництв або їх кількості на одному підприємстві; організаційно-гоподарську – „може відбуватися у чистому вигляді – без змін у техніці та організації виробництва, а також супроводжуватися розширенням, реконструкцією, технічним переоснащенням і спеціалізацією підприємства” [12, с.236].

У словнику з економіки розкриваються п'ять форм концентрації, три з яких повторюються: концентрація агрегатна; концентрація заводська (фабрична); концентрація технологічна та інші: концентрація функціональна – зростання обсягів виробництва продукції основного, допоміжного і побічного виробництва і концентрація ринкова – ступінь контролю за виробництвом певного товару (послуги) з боку найбільших його виробників (концентрація продавців), або ступінь контролю за купівлею певного товару (послуги) з боку найбільших покупців (концентрація покупців) [11, с.183].

Перші чотири форми у словниках характеризують внутрішні зміни, що необов'язково забезпечують монопольне становище на ринку, а остання – вказує на забезпечення монопольного місця на ринку.

Долан Е. і Ліндсей Д. розкриває поняття концентрації через ринкове зосередження: „концентрація ринку – це ступінь переваги на ринку однієї чи декількох інших фірм” [13, с.492]

За визначенням К.Р. Макконнелла і С.Л. Брю „економічна концентрація (economic concentration) – описання чи міра рівня монополізації або конкуренції галузі [14, с.937] Показник концентрації (concentration ratio) – це відсоткова частка чотирьох (або іншої кількості) найбільших продавців в загальному обсязі продажу даної галузі [14, с.921].

Економічна концентрація здатна вести як до позитивних так і

негативних наслідків. Вона може перешкоджати конкуренції між комерційними організаціями, з іншого боку, – як правило, приводить до економії внаслідок "ефекту масштабу", тобто до зниження собівартості продукції, поліпшення якості тощо.

Економічна концентрація підпадає під регулювання антимонопольним законодавством, яке націлюється на запобігання лише таких угод чи дій суб'єктів господарювання, при яких прогнозована імовірність негативних для конкуренції наслідків від концентрації переважає над можливою вигодою для суспільства. Тобто при відсутності бар'єрів для доступу на відповідні товарні ринки, концентрація в більшості випадків майже не представляє небезпеки для конкуренції.

Економічна концентрація можлива при злитті і поглинаннях.

У літературі [15, с.73] та [16, с.110] злиття, як вид економічної концентрації, підрозділяється на горизонтальне, вертикальне і конгломератне.

При горизонтальному злитті поєднуються комерційні організації, що працюють і конкурують на одному товарному ринку. При цьому відбувається збільшення ринкової частки суб'єкта господарювання, що природно впливає на його значимість на ринку. Це веде до зростання ринкової концентрації, яка автоматично означає підвищення монопольної надбавки ціни над граничними витратами і збільшення чистих втрат добробуту. Проте, горизонтальне злиття пов'язане з можливістю отримання ефекту масштабу, наслідком якого є зниження витрат на одиницю продукції.

Отже, горизонтальна концентрація, становить найбільшу небезпеку для конкуренції, у той же час здатна зробити виробництво більш ефективним.

При вертикальному злитті поєднуються комерційні організації, що функціонують на різних стадіях єдиного виробничо-технологічного процесу. Це призводить до утворення інтеграційних структур. Позитивними рисами вертикального злиття є нейтралізація подвійних надбавок на кінцеву продукцію, а негативними – перевага в витратах та як наслідок створення стратегічних бар'єрів входу на ринок, а також концентрація що веде до втрат суспільного добробуту.

Отже, вертикальне злиття, так як і горизонтальне можуть мати суттєві негативні перепони для конкуренції, оскільки дана концентрація веде до посилення конкурентних переваг за рахунок зменшення витрат, а це відповідно дозволяє підвищити бар'єри входження нових підприємств на ринок і монополізувати ринок, підвищувати втрати суспільного добробуту. Проте не обов'язково злиття веде до посилення ринкової влади, а воно в свою чергу не завжди веде до негативного впливу на добробут суспільства. Тобто горизонтальне і вертикальне злиття може вести і до зростання економічної ефективності.

При конгломератному злитті, як правило, поєднуються комерційні організації різних галузей промисловості чи регіонів з різними видами

діяльності. Конгломератне злиття відбувається при протиріччях власників-аутсайдерів та менеджерів-інсайдерів в корпоративних структурах, що стримує підвищення економічної ефективності. Перерозподіл контролю над корпоративними структурами при конгломератному злитті виступає дисциплінуючим стимулом для інсайдерів корпорації.

Отже, конгломератне злиття переважно позитивне, оскільки сприяє збереженню зайнятості та підвищенню ефективності використання ресурсів, і, як правило, не приводить до зниження конкуренції.

Поглинання визначається як форма злиття компаній і передбачає, що компанія яка поглинає залишається юридичною особою, а та що поглинається – ліквідується.

Протиріччя, що проявляються при різних формах злиття і поглинання можуть вирішуватись за допомогою контролюючих органів держави, зокрема діяльністю антимонопольного комітету.

Відсутність регулювання концентрації на окремих ринках може спричинити їх монополізацію. Монополізація ринку характеризується як ситуація, що складається на ринку, коли монополії зосереджують у своїх руках переважну частину виробництва і збуту товарів, що забезпечує їм можливість диктувати свої умови продажу і встановлювати монополійні ціни. Цей стан веде до диктату виробника над торгівлею і споживанням, а внаслідок цього – до стагнації.

Монополізм – це стан економіки, що дозволяє суб'єктам господарювання нав'язувати власні інтереси суспільству й іншим суб'єктам господарювання, і ігнорувати власні потреби останніх [17, с. 18].

Монополізм – панування на ринку товарів і послуг одного виробника, продавця чи порівняно невеликої групи виробників, продавців, що об'єдналися з метою захоплення ринку, витіснення конкурентів, контролю над цінами. А також це дії суб'єктів господарювання, органів управління, спрямовані на усунення конкуренції, установлення домінуючого положення одного учасника ринку [6, с.405].

Існує шість типів монополізму [18, с.124]. Перший тип – утворюється з конкуренції; другий – технологічні олігополії, тобто галузі, у яких сама технологія робить їх централізованими виробництвами, що концентрують великі обсяги; третій – пов'язаний з диференціацією продукту (підприємства випускають свої вироби з певною торговою маркою); четвертий – пов'язаний з підприємствами, що тимчасово лідирують на тих чи інших напрямках сучасного НТП(форма природної монополії); п'ятий – пов'язаний із природними державними монополіями (наприклад, монополія держави на організацію і регулювання пропозиції грошей і банкнот); шостий – характерний для адміністративно-командної системи економіки (швидко стає тотальним, проникаючи в усі сфери відтворення).

Антимонопольний комітет України навіть визначив можливі наслідки монополізму: „зловживання монополійним становищем – дії чи бездіяльність монополістів, які обмежують конкурентоспроможність

інших учасників ринку, ущемлюють їхні інтереси чи інтереси споживачів. Найчастіше зловживання монополюючим становищем виливається в завищення цін та зниження якості товарів або послуг” [7].

З метою антимонопольного регулювання рекомендується класифікувати монополізм, використовуючи підхід "структура - поведінка - механізм" (рис.1).

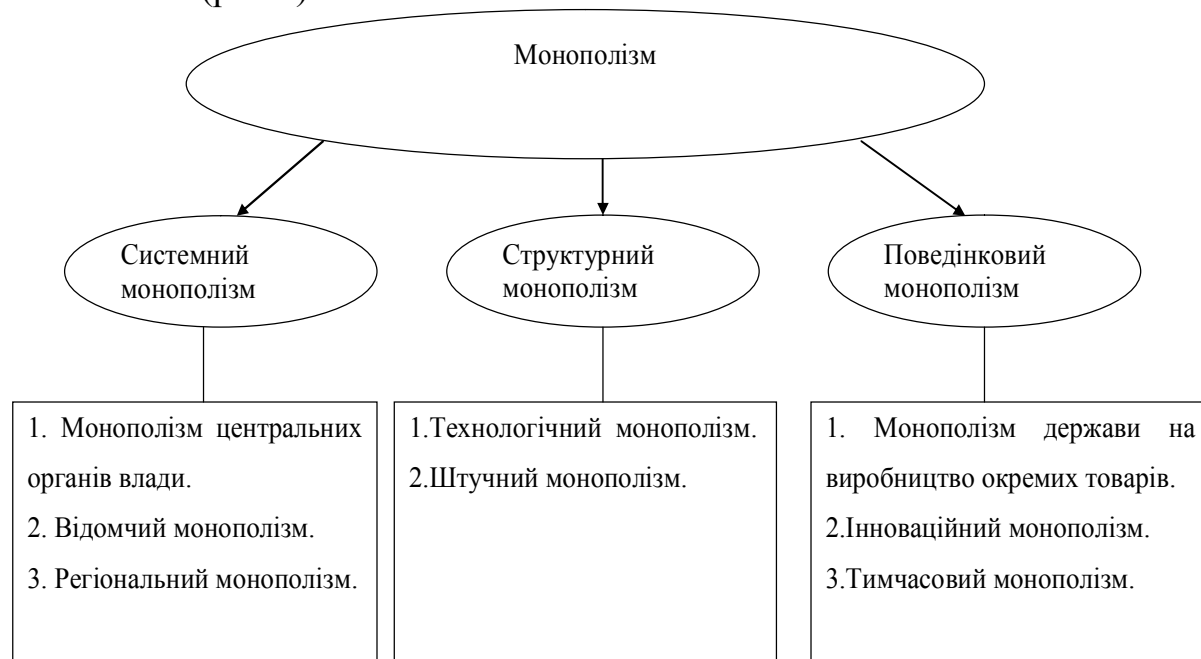


Рис. 1. Типологія монополізму для цілей антимонопольного регулювання

Необхідно відзначити, що в умовах гострої конкуренції монополістом на ринку може стати лише підприємство з кращими якісними параметрами виробленої продукції, що досягається наявністю могутнього науково-технічного потенціалу. В умовах же тотального монополізму виробництво визначених видів продукції може бути організоване на підприємствах з відсталою технічною базою.

Очевидно, що високий рівень концентрації може виникати завдяки ефекту масштабу, що дозволяє відносно великим виробникам випускати і збувати товари з більш низькими середніми витратами, чим у відносно невеликих виробників.

Шерер Ф. і Росс Д. пропонують аналізувати ефект масштабу з трьох сторін: ефект масштабу від випуску одного продукту, зв'язаний з великим обсягом виробництва і реалізації одного-єдиного продукту; ефект масштабу від випуску продукції одного заводу (можливо, що включає багато найменувань продуктів), зв'язаний з економією від сумарного обсягу виробництва продукції на одному заводі чи заводському комплексі; і ефект масштабу від випуску продукції на декількох заводах однієї компанії [19, с.67].

Природно, що ефект масштабу – явище позитивне: він сприяє збільшенню обсягу, поліпшенню якості продукції, що випускається,

дозволяє використовувати новітні досягнення науково-технічного прогресу.

Однак настає момент, коли підприємство вже не одержує такого позитивного ефекту. У великих підприємств з'являється ряд нових проблем: необхідність залучення працівників з інших районів чи регіонів; швидкість руху потоків матеріалів знижується, оскільки маршрути стають складніше, одночасно вартість вантажно-розвантажувальних робіт збільшується; збільшується ризик пожеж, вибухів, страйків; керування таким великим підприємством стає більш складним.

Викладене вище дозволяє зробити наступний висновок: позитивний ефект масштабу, тобто низькі витрати і максимальний прибуток, будуть існувати тільки при контролі керівництва за процесами концентрації, що відбуваються на підприємстві. Необхідно відзначити, що найкращий результат можна забезпечити оптимальним співвідношенням "між збільшенням кількості ресурсів, які використовуються, з одного боку, і ростом обсягу виробництва, чи кількістю одиниць продукції, що випускається, з іншого", і, відповідно, на різних підприємствах це співвідношення буде різним.

Висновки.

Нинішній етап розвитку економіки по-новому ставить проблему оцінки процесів концентрації виробництва. Сучасні економічні теорії, що узагальнюють великий досвід антимонопольної практики, відкидають прямолінійне ототожнення монополізму з великими розмірами підприємств і їх високою часткою на тому чи іншому товарному ринку. Такі процеси вимагають ретельного і диференційованого економічного аналізу, що враховує загальні (глобальні) тенденції в розвитку виробництва, у тому числі поглиблення міжнародного поділу праці і транснаціональну економічну інтеграцію, наявність і характеристику вхідних бар'єрів.

У результаті розгляду теоретичних питань економічної концентрації і монополізації, такі як концентрація, монополізм і ефект масштабу, можна зробити висновок про те, що концентрація виробництва приводить до утворення монополій лише за певних умов. Між концентрацією і монополізмом дійсно існує зв'язок, але він не настільки однозначний. Концентрація – лише одна з можливих передумов монополізму.

Також слід зазначити, що позитивний ефект масштабу, тобто низькі витрати і максимальний прибуток, будуть існувати тільки при контролі керівництва за процесами концентрації, що відбуваються на підприємстві.

Використані джерела інформації:

1. Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике / Ю.В. Тарануха. – М. : «Дело и Сервис», 2003. – 368 с.

2. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: Монографія. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 408 с.
3. Великий тлумачний словник української мови / Упоряд. Т.В. Ковальова. – Харків: Фоліо, 2005. – 767 с.
4. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка. – М. : Альта-Принт, 2005. – VIII, 1239 с.
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М. : Азбуковник, 1998. – 944 с.
6. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – Изд. 2-е перер. и допол. – М.: Книжный мир, 2006. – 860 с.
7. Терміни, які треба знати кожному // <http://www.amc.gov.ua/amc/doccatalog/document%3fid=46388>
8. Концентрация производства и размеры предприятий на транспорте // <http://concmufac.org.ru/>
9. Українсько-російський економічний тлумачний словник / Авт.-упор. В.М. Копоруліна. – Х.: Факт, 2005. – 400 с.
10. Градов А.П. Национальная экономика. – СПб.: Специальная литература, 1997. – 316 с.
11. Економіка: від А до Я: Понятійно-термінол. слов. / О.В. Куроченко, М.А. Копнов, В.П. Сладкевич та ін. – К.: Персонал, 2008. – 368 с.
12. Менеджмент: Понятійно-термінол. слов. / За ред. Г.В. Щокіна, М.Ф. Головатого, О.В. Антонюка, В.П. Сладкевича. – К.: МАУП, 2007. – 744 с.
13. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель: Пер. с англ. – СПб.: Автокомп, 1992. – 496 с.
14. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. 16-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 940 с.
15. Авдашева С, Розанова Н. Теория организации отраслевых рынков. – М.: Магистр, 1998. – 320 с.
16. Авдашева С.Б. Антимонопольный контроль слияний и присоединений // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2004 . – Т.2. – № 3. – С. 110-124 (электронный ресурс).
17. Ворожейкин В.Н., Рыбаков Ф.Ф. Антимонопольное регулирование: федеральный и региональный аспекты. – СПб.: Гидрометеиздат, 1996. – 120 с.
18. Горькова Т.Ю. От монополизма к рынку. – СПб.: СпбУЭФ. – 1993. – 136 с.
19. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 702 с.

Рецензент: Дацій О.І., д.е.н., професор.