

Юлія Лянскорунська

студентка 2 курсу спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

Науковий керівник: **Л.М. Чорнобай,**

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва,

торгівлі та біржової діяльності

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

МОНОПОЛІЇ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Ринок і ринкова економіка мають багато як позитивних так і негативних рис. Однією з негативних рис є те, що ринок породжує монополії та монополістичні тенденції в економічній системі.

Історія монополії сягає сивої давнини. Згадку про неї знаходимо вже у старогрецького філософа Аристотеля. Він відносить її до «мистецтва наживати майно», зазначаючи, що «вигідно в розумінні наживання майна, якщо хтось зуміє захопити будь-яку монополію».

Англійський філософ Томас Гоббс описує монополії, створені ще феодальною державою для зарубіжної торгівлі. Він їх називає корпораціями, «метою яких є збільшення прибутків шляхом монопольного права купівлі і продажу як вдома, так і за кордоном».

Монополістичні тенденції проявляються на всіх етапах розвитку ринкових процесів, але стають жорстокішими лише в XIX ст.

Монополія - це окремі підприємства, об'єднання підприємств, господарські товариства, які виробляють значну кількість продукції певного виду і таким чином займають монопольне становище на ринку, впливають на процес ціноутворення, і отримують більш високі (монопольні) прибутки.

Головною ознакою монополій є посідання монопольного становища. Воно є бажаним для кожного підприємства і підприємця, тому що:

- Дозволяє уникнути їм цілого ряду проблем і небезпеки пов'язаних із конкуренцією.

- Зайняти привілейовану позицію на ринку.
- Можуть впливати на інших учасників ринку, нав'язувати їм свої умови.

Є три види монополій:

1. Природна монополія виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона існує коли попит на певний товар чи послуги найкраще задовольняється однією або кількома фірмами. Тут конкуренція неможлива.

Наприклад: енергозабезпечення, телефонні послуги, зв'язок, трубопровідний транспорт і т. д. У цих галузях існує обмежена кількість монополій і тому вони посідають монопольне становище на ринку.

2. Адміністративна монополія виникає внаслідок дії державних органів двома шляхами:

Надання окремим фірмам виключного права на заняття певного роду діяльності.

Наприклад: на початку XVII ст. голландській та англійській компаніям державою було надано право (виняткове) на торгівлю з Індією.

Це об'єднання державних підприємств і підпорядкування їх міністерствам. Вони виступають на ринку як єдиний господарський суб'єкт і між ними відсутня конкуренція.

По суті, - це монополізована економіка, яка була в СРСР.

3. Найпоширенішою є економічна монополія. Вона виникає на основі закономірного господарського розвитку, коли підприємці зуміли завоювати монополістичне становище на ринку, завдяки:

- успішному розвитку підприємства;
- базується на добровільному об'єднанні або поглинанні переможцями банкрутів.

Причини виникнення монополій пов'язані передусім із змінами в технологічному способі виробництва. Передумовою цих змін була промислова революція кін. XVIII – поч. XIX ст., технічні винаходи, поява нових галузей промисловості та швидкий розвиток виробництва в багатьох із них, насамперед, у легкій промисловості.

Монополізація відбувається через процес концентрації виробництва, коли підприємства, замість ведення між собою виснажливої конкурентної боротьби, укладають між собою угоду, тобто об'єднують виробництво і капітал. Централізація виробництва – це збільшення масштабів виробництва продукції в результаті об'єднання кількох підприємств в одне і загальним управлінням. (щоб вижити в такій боротьбі, отримати більше прибутків). Централізація капіталу – це збільшення розмірів капіталу, внаслідок об'єднання або злиття раніше самостійних капіталів.

Монопольним вважається становище, при якому компанія займає 35% і більше ринку. Якщо частка на ринку товару становить 35% або менше, але компанія не зазнає значної конкуренції, зокрема, внаслідок порівняно невеликих часток конкурентів, її теж можуть визнати монополістом. Монопольним вважається також становище, при якому сукупна частка не більше ніж трьох суб'єктів господарювання на одному ринку перевищує 50%, а сукупна частка не більше ніж п'яти суб'єктів господарювання - 70%.

Найбільші монополії України:

Мегаполіс-Україна. Рік заснування: 2010, Частка ринку: 98% ринку дистрибуції тютюнових виробів; основний власник: Борис Кауфман і громадяни Ірландії і Великобританії.

Авангард. Рік заснування: 2003, частка ринку: 49% ринку яєць. Основний власник: Олег Бахматюк.

Миронівський хлібопродукт. Рік заснування: 2003; частка ринку: 52% ринку курятини. Основний власник: Юрій Косюк.

Укртелеком. Рік заснування: 1993 (в ході об'єднання обласних підприємств зв'язку). Частка ринку: 85,23%. Основний власник: Ринат Ахметов.

Монополіст має дві можливості, впливаючи на ціни, досягти монопольного прибутку:

- Створює невеликий дефіцит даного товару.
- Збільшує виробництво і реалізацію товару, але по меншій ціні.

Монопольно високі ціни призводять до зменшення платоспроможного попиту населення, притягують конкурентів. Щоб уникнути виснажливої конкурентної боротьби, наймогутніша компанія встановлює ціни на свої товари або послуги. Решта олігополістів за спільної згоди призначають ту ж або дещо нижчу ціну (залежно від якості товару, терміну гарантійного обслуговування).

Список використаних джерел

1. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Основи економічних знань. Київ : Вища шк. 2008. 544 с.
2. Іванишин В. В. Стратегія розвитку сільського господарства через призму впровадження сучасних технологій. *Техніка АПК*. 2005. № 10-11. С. 6.
3. Ковальчук В. М. Загальні основи ринкової економіки. Тернопіль СМП "Астон". 2004.
4. Основы экономической теории: политэкономический аспект: Учебник/ Отв. ред. Г. Н. Климко. 3-е изд., перераб. и доп. Київ : Київ : Знання-Прес, 2001. 646 с.
5. Мушеник І.М., Чернобай Л.М. Особливості і оцінка інвестиційно-інноваційної діяльності аграрних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2019. № 1-2. С. 119-124.
6. Кінаш І. А. Особливості функціонування переробних підприємств в умовах трансформаційної економіки. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 4 (14). С. 66-69.
7. Кінаш І. А., Шерстюк Р. П., Погайдак О. Б., Кузьмак О. І. Аналіз ефективності інноваційно-ресурсної та логістично-маркетингової компонент організації механізму управління в умовах євроінтеграційної трансформації підприємства. *Вісник ОНУ : наук. журн.* 2015. Т. 20, вип. 5. С. 122-127.