

5. Правові умови. З точки зору необхідних економічних реформ досить важливо, щоб у Конституції України було прямо визначено, що справедливість важливіша за закон, права людини важливіші за державу, а легітимність влади важливіша за її легальність [8, с. 8].

6. Роль держави в економіці. Держава має виконувати лише одну роль в економіці-забезпечувати «ефективність» ринку [8, с. 10].

7. Визначення основних задач щодо забезпечення ефективності ринку (забезпечення прозорості; забезпечення цілісності ринків; захист прав власності).

Отже, інфляція є важливим об'єктом державного регулювання, оскільки може створювати для суспільства певну небезпеку. Тому дане питання має безліч дискусійних питань та потребує подальшого дослідження [9, с. 61].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Підручник/За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання. – 204–851 с.
2. Бойко В.С. Чинники гальмування інфляції в Україні у 2011-2012 роках / В. Бойко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Проблеми інтеграції України у світовий фінансовий простір (збірник наукових праць) / НАН України. Ін-т регіональних досліджень, редкол.: відп. ред. В.С. Кравців. – Львів, 2013. – Вип. 1 (99). – 599 с.
3. Інфляція в Україні рахують за радянськими методами, тому вона ніколи не відображає реалії споживчого ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tsn.ua/groshi/realna-inflyaciya-v-ukrayini-skladaye-16.html>.
4. Держстат звітує, що інфляції в Україні немає [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tsn.ua/groshi/derzhstat-zvityue-scho-inflyaciyi-v-ukrayini-maye.html>.
5. Індекс інфляції у травні 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/index-inflyaciyi-utravni-2014-roku/>.
6. Нескоров С. Аналіз цін та інфляції в ході середнього циклу національної економіки (1999-2012 рр.) / С. Нескородєв // Вісник НБУ, січень 2014 р. – С. 50–53.
7. Макаренко М., Жулінська К. Дослідження інфляційних чинників в Україні // Банківська справа. – 2011. – № 3. – С. 3–10.
8. Економічні реформи: чи вистачає нам розуміння найважливішого? Пріоритети та підходи для проведення реформ, зокрема необхідних для ефективної імплементації Угоди про Асоціації з ЄС та програми співпраці з МВФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ayacapital.com/uploaded/overviews/denied/140314_Economic_reforms_AYA_Research.pdf.
9. Сучасний стан та перспективи розвитку економіки України. Матеріали XXVIII міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 2-3 серпня 2013 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lef.lviv.ua/files/archive/2013/08-1-2013.pdf>.

УДК 330.334.7

Венгер В.В.
*кандидат економічних наук,
провідний науковий співробітник відділу секторальних прогнозів
та кон'юнктури ринків
Інституту економіки та прогнозування
Національної академії наук України*

РИНКОВА ВЛАДА ТА КАРТЕЛЬНІ ЗМОВИ НА ОЛІГОПОЛЬНИХ РИНКАХ

У статті розглянуто визначення понять «ринкова влада» та «картельні змови». Проаналізовано існуючі моделі укладання картельних угод на олігопольному ринку. Визначено основні переваги від укладання картельних угод та розглянуто передумови їх порушення. Узагальнено світовий досвід законодавчого обмеження картельних змов.

Ключові слова: ринкова влада, картель, картельні змови, олігополія, олігопольних ринок, антимонопольне законодавство, антиконкурентні узгоджені дії.

Венгер В.В. РЫНОЧНАЯ ВЛАСТЬ И КАРТЕЛЬНЫЕ СГОВОРЫ НА ОЛИГОПОЛЬНЫХ РЫНКАХ

В статье рассмотрены определения понятий «рыночная власть» и «картельные сговоры». Проанализированы существующие модели заключения картельных соглашений на олигопольном рынке. Определены основные преимущества от заключения картельных соглашений и рассмотрены предпосылки их нарушения. Обобщен мировой опыт законодательного ограничения картельных сговоров.

Ключевые слова: рыночная власть, картель, картельные сговоры, олигополия, олигополистический рынок, антимонопольное законодательство, антиконкурентные согласованные действия.

Venger V.V. MARKET POWER AND CARTEL AGREEMENTS IN THE OLIGOPOLISTIC MARKETS

Paper focuses on the definition of concepts of «market power» and «cartel agreements». The existing models to establish cartel agreements in the oligopolistic market were analyzed. Main advantages to establish cartel agreements were defined, and major preconditions for their violation were reviewed. The world experience of legislative limitation of cartel agreements was summarized.

Keywords: market power, cartel, cartel agreements, oligopoly, oligopolistic market, antitrust law, anticompetitive concerted actions.

Постановка проблеми. Аналіз типу ринкової структури зумовлює необхідність глибокого вивчення як теоретичних, так й практичних питань, пов'язаних з ринковою (монопольною) владою, з метою захисту інтересів суспільства від свавілля монополій та створення умов для ефективного функціонування економіки. Це пояснюється тим, що ринкова (монопольна) влада провокує дії господарю-

ючих суб'єктів, які порушують баланс сил учасників ринку, і створює можливість різних зловживань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою ринкової влади науковці почали активно займатися, починаючи лише з середини ХХ ст. Системне пояснення феномену влади в економічному житті знаходимо у працях таких зарубіжних дослідників, як Дж. Бейна [1], Дж. Гелбрейта [2], Е. Мейсона [3],

Е. Чемберліна [4], Дж. Робінсон [5] тощо. В Україні проблемам ринкової влади присвячені праці А. Герасименко [6], А. Ігнатюк [7], В. Лагутіна [8], Ю. Уманціва [9], Г. Филіук [10] та інших. Зростаючий інтерес до проблем ринкової влади свідчить одночасно про її важливість та недостатню розробленість.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні поняття «ринкова влада» та «картельної змови» з метою обґрунтування їх впливу на розвиток конкурентних відносин в економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема ринкової (монопольної) влади фірми займає одне з провідних місць у теорії організації ринків. Це обумовлено тим, що функціонування ринкових структур має певні обмеження – такі, як брак інформації, ефект масштабу, наявність або відсутність субститутів, обмеженість пропозиції, зовнішні ефекти та велика кількість інших факторів, які обмежують дію конкуренції. Усі ці фактори несуть у собі передумови для появи на галузевому ринку фірм, які володіють ринковою владою [10, с. 125].

Ринкова (монопольна) влада – це здатність суб'єкта економічних відносин або їх групи за рахунок власної економічної сили здійснювати контроль над факторами зовнішнього середовища з метою реалізації власних економічних інтересів, які виявляються у прагненні до збільшення прибутковості, розширеного відтворення, зниження господарських ризиків.

Відомо, що олігополія являє собою одну із найефективніших ринкових структур. З одного боку, вона дозволяє сконцентрувати під контролем одного підприємства достатню для ефективного господарювання кількість ресурсів, з другого – зберігає конкуренцію між олігополістами. Більше того, конкуренція в умовах олігополії переростає із звичайної цінової боротьби в ефективний інструмент стимулювання економічного розвитку. Проте не слід забувати, що олігопольні ринки апіорі є привабливими для реалізації змов та різного роду узгоджених дій, здатних негативно вплинути на конкуренцію [11].

Інституціональною формою змов є *картель* – угода між фірмами на ринку олігополістичної конкуренції щодо планових обсягів реалізації продукції для кожного з них та/або встановлення єдиних ринкових цін [7, с. 216].

Найбільшим організованим картелем є Організація країн експортерів нафти (ОПЕК), створена у 1960 р. Принцип роботи картелю ОПЕК передбачає встановлення ціни на сиру нафту з подальшим розподілом квот на її видобування між своїми членами з тим, щоб утримувати ціну на встановленому рівні.

Змови на олігопольних ринках не обов'язково передбачають наявність публічних та інституціонально оформлених угод. На практиці, як правило, вони є результатом таємних угод, оскільки мають протизаконний характер. Однією з найскладніших проблем, що постають перед картелями, є досягнення домовленості щодо визначення ціни і розподілу обсягів попиту між членами картелю. Так, будь-яка ціна, що знаходиться між рівноважною ціною і ціною, що максимізує спільний прибуток, забезпечує більший прибуток, ніж рівноважна ціна. Таким чином, постає питання: як саме фірми досягають згоди стосовно конкретного рівня змовницької ціни. Якби менеджери фірм могли зібратися разом і обговорити це питання, розв'язання проблеми неузгодженості, ймовірно, було б вирішено. Оскільки, такі угоди є протизаконними, то фірмам доводиться розв'язувати проблеми координації за відсутності безпосередньої комунікації.

На практиці існує декілька прийомів, які фірми використовують для вирішення проблеми координації [12, с. 167]. Одним з найпоширеніших є цінове лідерство. Основна ідея цінового лідерства полягає в тому, що лідер відкрито оголошує про свій намір змінити в той чи інший бік ціну на власну продукцію, а інші фірми зазвичай запроваджують аналогічні зміни у власних фірмах. Цінове лідерство шляхом відкритого оголошення тарифних змін набуло значного поширення, наприклад, у сфері авіаперевезень.

Інша практика полягає у використанні для ціноутворення системи «базових пунктів». Ця система діє в тих галузях, де вартість перевезення порівняно висока, а споживачі перебувають на різних відстанях від виробників. Прикладом може бути система «Pittsburgh-plus», що діяла у металургійній галузі США до 1924 р., а потім її було скасовано на вимогу антимонопольних органів. Ціну для кожної металургійної компанії визначали як ціну на пітсбургських металургійних заводах плюс вартість перевезення продукції з Пітсбурга до Дарема, незважаючи на те, де розташована компанія-виробник. Таким чином, система «базових пунктів» дозволяє визначити ціну за нескладною формулою, а фірмам, що бажали приєднатися до змови, достатньо було лише погодитися на єдину ціну.

Укладання угод на ринку олігополії сприяє низка чинників. *По-перше*, це ринкова структура із високою концентрацією. Угоди укладати простіше на тих ринках, де мало конкуруючих фірм і вони схожі за умовами випуску та витратами, оскільки чим більше фірм, тим складніше прийти до узгодженого рішення й зберігати умови угоди. Асиметричність у витратах і розмірах також може призводити до порушення угод та намірах фірм обійти угоди. *По-друге*, угоди є стабільнішими при конкуренції фірм на більш ніж одному ринках. *По-третє*, угодам сприяють інституціональні фактори, тобто норми і правила, які формують або фірми, або держава. Важливою складовою таких норм є принцип найбільшого сприяння споживачу, який зобов'язує фірми не надавати знижки жодному клієнту, не пропонуючи такої самої знижки іншому споживачеві. З одного боку, такий принцип оберігає клієнтів, оскільки ціна для будь-якого з них не повинна бути вищою, ніж для інших, але, з другого боку, – наслідком такої умови є зниження мотивації для фірм вдаватися до цінової конкуренції.

Хоча зниження ціни може допомогти фірмі отримати більшу частку на ринку, принцип найбільшого сприяння споживачеві передбачає компенсацію тим клієнтам, які сплатили вищу ціну. Як наслідок знижується мотивація зменшувати ціни, і правило, яке, на перший погляд, виглядає як захист від високих цін, врешті-решт призводить до високих цін.

На практиці також існує проблема нестійкості угод яка може бути пов'язана з недосконалістю моніторингу [12, с. 170]. Так, якщо фірма порушує таємну угоду й виробляє більше обумовленого обсягу, ціна починає знижуватися. Проте у разі зменшення ціни фірми не можуть бути впевненими, що його причиною є порушення змови одним із учасників. Причинами можуть бути випадкові чинники, які змістили криву ринкового попиту. Оскільки моніторинг недосконалий, фірми мають потужний стимул до порушення таємних угод. Хоча таємна змова може існувати за таких умов, підтримувати її значно важче.

Для багатьох галузей промисловості характерна зміна попиту залежно від фази бізнесового циклу. Відповідно, коли змінюються умови попиту та витрати, необхідно коригувати змовницькі ціни. Якщо

цього не зробити, стимули до порушення угод змови наростатимуть, аж доки фірма вирішить, що оптимальним для неї є вихід зі складу учасників змови. Дослідження показують, що змови найчастіше відбуваються у періоди економічного спаду.

На практиці в діяльності картелів можуть виникати й інші проблеми. Найбільш вагомою перешкодою для успішного функціонування картелів є розбіжності щодо визначення політики картелю, зокрема, з приводу співвідношення коротко- та довгострокової прибутковості в умовах можливого входження в галузь. Великі фірми прагнуть мати нижчі ціни, оскільки розглядають галузь у більш довгостроковій перспективі. Вони володіють більшими обсягами ресурсів, що використовуються в галузі, та бажають зберегти власну частку ринку. Недовіра, погрози, прагнення до кращих умов – досить поширене явище для картелів.

Наступною практичною проблемою є виявлення фактів порушення угод. Фірми, що прагнуть зменшити ціни з метою збільшення власної частки на ринку, найвірогідніше не будуть оголошувати цей факт. Офіційні ціни можуть не змінюватися, натомість можуть існувати таємні знижки з ціни для певних споживачів. Можливість випадкових коливань ринкового попиту означає, що фірми відчуватимуть зменшення попиту на їхній продукт, навіть якщо всі члени картелю поведуть себе чесно, а це створює певну можливість непокараних порушень, принаймні у певних межах. Конкуренти звикнуть до коливання обсягу власного продажу, але надто велике зменшення може перевищити їхню оцінку нормального коливання й викликати підозри щодо існування порушника, який зменшує ціну. Ця підозра посилиться, якщо одна з фірм помітить непропорційне зменшення кількості її покупців. При існуванні великого притоку нових покупців на ринок стимули до порушення угод стрімко зростають.

Розглянуті моделі свідчать про те, що по-перше, у фірм, як правило, є достатньо вагомі причини для змови; по-друге, фірми, які знаходяться в змові, мають вагомі причини для порушення угоди; по-третє, в певних межах можна викрити порушення й розробити схему покарання, яка перешкоджатиме їх.

У більшості промислово розвинених країнах відкриті та таємні змови заборонені антимонопольним законодавством. Так, у США основний федеральний антимонопольний закон – Закон Шермана (Sherman Act), прийнятий у 1890 р., – був політичною протидією широкому розповсюдженню великих об'єднань компаній або трестів, які утворилися у 80-х роках XIX ст. Жорстка економічна депресія мала наслідком таку практику ціноутворення, що була згубною для фірм у деяких галузях економічної діяльності. Для уникнення руйнівної конкуренції, що супроводжувала цей процес, у багатьох галузях промисловості створювалися трести, зокрема нафтовий, м'ясопереробний, цукровий, свинцевий, вугільний, тютюновий та пороховий. З метою захисту від економічного тиску нових трестів, на підтримку цього закону піднялися організації фермерів, професійні спілки та малі підприємці.

Закон Шермана складається з двох основних статей. Ст. 1 забороняє контракти, монополістичні об'єднання та змови, спрямовані на обмеження торгівлі. Покаранням для порушників може бути ув'язнення та/або штраф. Ст. 2 забороняє монополізацію, спроби монополізації «будь-якої частини виробництва або торгівлі між кількома штатами чи між іноземними державами». Покарання у цих ви-

падках аналогічні покаранням, наведеним у ст. 1. Класичною сферою застосування ст. 1 є угоди про фіксацію цін, тоді як сферою ст. 2 є домінування на ринку.

Через недосконалість Закону Шермана Конгрес США у 1914 р. ухвалив Акт Клейтона та Акт про федеральну торговельну комісію. Перший з них заборонив цінову дискримінацію, другий – передбачав створення комісії для реалізації Акту Клейтона.

Антимонопольне законодавство Європейського Союзу складається з двох рівнів: основною є національні законодавства, а інший рівень – це конкурентне право ЄС. Національний рівень передбачає систему державного захисту та конкурентну політику кожного національного ринку з урахуванням тенденцій розвитку конкуренції в різних країнах. Політика ЄС щодо конкуренції базується на статтях Договору про заснування Європейської Спільноти [13]. Так, ст. 81 цього Договору заборонено, як несумісні з внутрішнім ринком угоди між суб'єктами господарювання, рішення об'єднань суб'єктів господарювання та узгоджені практики, що можуть вплинути на торгівлю між державами-членами й метою чи наслідком яких є запобігання, обмеження чи спотворення конкуренції на внутрішньому ринку, зокрема ті, що:

- прямо чи опосередковано встановлюють ціни на купівлю чи продаж, чи будь-які інші торговельні умови;
- обмежують чи контролюють виробництво, ринки, технічний розвиток чи інвестиції;
- розподіляють ринки чи джерела постачання;
- застосовують неоднакові умови в еквівалентних правочинах з іншими торговельними сторонами, створюючи цим невідгідні для них умови конкуренції;
- обумовлюють укладання договорів прийняттям додаткових зобов'язань інших сторін, які, за своєю суттю чи згідно з торговельними звичаями, не пов'язані з предметом цих договорів.

Зазначимо, що ці положення мають доволі загальний характер, тому правила їх застосування та процедурні питання регулює вторинне законодавство, а саме регламенти та директиви Європейського Економічного Співтовариства; акти, рекомендації Європейської комісії [14].

В Україні антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання є істотним порушенням законодавства про захист економічної конкуренції. Зокрема, у ст. 6 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [15] антиконкурентні узгоджені дії – це узгоджені дії, які призвели чи можуть призвести до обмеження конкуренції. При цьому антиконкурентними узгодженими діями, зокрема визнаються узгоджені дії, які стосуються:

- встановлення цін чи інших умов придбання або реалізації товарів;
- обмеження виробництва, ринків товарів, техніко-технологічного розвитку, інвестицій або встановлення контролю над ними;
- розподілу ринків чи джерел постачання за територіальним принципом, асортиментом товарів, обсягом їх реалізації чи придбання, за колом продавців, покупців або споживачів чи за іншими ознаками;
- спотворення результатів торгів, аукціонів, конкурсів, тендерів;
- усунення з ринку або обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб'єктів господарювання, покупців, продавців;
- застосування різних умов до рівнозначних угод з іншими суб'єктами господарювання, що ставить останніх у невідгідне становище в конкуренції;

- укладання угод за умови прийняття іншими суб'єктами господарювання додаткових зобов'язань, які за своїм змістом або згідно з торговими та іншими чесними звичаями в підприємницькій діяльності не стосується предмета цих угод;

- суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин.

Вчинення антиконкурентних узгоджених дій забороняється й тягне за собою відповідальність згідно із законом. Проте стаття 10 визначає, що узгоджені дії можуть бути дозволені, якщо їхні учасники доведуть, що ці дії сприяють: вдосконаленню виробництва, придбанню або реалізації товару; техніко-технологічному, економічному розвитку; розвитку малих або середніх підприємств; оптимізації експорту або імпорту товарів; розробленню та застосуванню уніфікованих технічних умов або стандартів на товари; раціоналізації виробництва.

Слід зазначити, що найбільшою проблемою в регулюванні узгоджених дій для антимонопольних органів будь-якої країни є «свідомий паралелізм». Припустимо, фірми діють на однакових засадах і встановлюють однакові ціни, але відсутні дані про об'єднання фірм або таємну змову. Чи можна на підставі такого паралелізму робити висновок про існування змови? Це питання є досить важливим, оскільки при олігополістичному ціноутворенні часто спостерігаються всі ознаки свідомого паралелізму [8, с. 76-77]. Якщо порівняти звичайну змову між олігополістами та «мовчазну змову»¹, яка не передбачає відкритої комунікації між фірмами, то за наслідками вони однакові, а за запобіжними заходами мають розрізнятися. Так, для ліквідації картелю досить припинити домовленості між його учасниками, а для ліквідації «мовчазної змови», ймовірно, необхідно буде структурно перебудувати всю галузь, що може призвести до втрати ефективності.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи необхідно зазначити, що в цілому законодавство майже всіх країн є досить жорстким щодо проявів змови між фірмами на олігополістичних ринках. Водночас існують певні винятки, що можуть бути пов'язані зі стабілізацією в галузі, раціоналізацією виробництва, техніко-технологічним та економічним розвитком. Особливістю регулювання картелів є те, що справи, які розглядаються відносно фіксування ціни або розподілу ринків у розвинених країнах, сто-

суються найчастіше транснаціональних компаній або національних, що свідчить про посилення глобалізаційних тенденцій функціонування галузевих ринків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. – М. : «Прогресс», 1976. – 406 с.
2. Mason E.S. Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise // American Economic Review. 1939. – № 29 (March). – P. 61–74.
3. Bain J. Capitalism and Monopolistic Competition: I. The Theory of Oligopoly / Joseph Bain. – A.E.R. Papers and Proceedings, 1950. – № 40(2). – P. 64–66.
4. Chamberlain E. Measuring the degree of monopoly and competition // Chamberlain E. Monopoly and competition and their regulation. – London, 1954. – P. 264–265.
5. Robinson J. The Economics of Imperfect Competition. – London: The Macmillan Press, 1933.
6. Герасименко А.Г. Еволюція ринкової влади: теоретико-економічний огляд / А.Г. Герасименко // Економічна теорія. – 2012. – № 4. – С. 38–48.
7. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: Монографія. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с.
8. Конкурентна політика держави в умовах трансформації національної економіки: Монографія / За аг. ред. В.Д. Лагутіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2008. – 308 с.
9. Уманців Ю.М. Корпоративні структури у глобальному конкурентному просторі : монографія / Уманців Ю.М. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 410 с.
10. Філюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: Монографія. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 404 с. – С. 100.
11. Герасименко А.Г. Застосування теорії фокальних точок Т. Шеллінга до моніторингу конкуренції на олігопольних ринках / А.Г. Герасименко. [Електронний ресурс]. – Доступний з : <[http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Etp/2008_21/Gerasimenko%20\(ET\).pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Etp/2008_21/Gerasimenko%20(ET).pdf)>.
12. Віскузі, В. Кіп та ін. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика: Пер. з англ. / В. Кіп Віскузі, Джон. М. Вернон, Джозеф Е. Гарингтон (мол.); Наук. ред. пер. та авт. передм. О. Кілієвич. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 1037 с.
13. Договір про заснування Європейської Спільноти. Міжнародний документ від 25.03.1957 р. [Електронний ресурс]. – Доступний з : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/994_017/page>.
14. Зелінська О.М. Державне регулювання розвитку конкурентного середовища на основі вивчення зарубіжного досвіду / О.М. Зелінська. [Електронний ресурс]. – Доступний з : <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_etel/2011_8/11.pdf>.
15. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01. 2001 р. [Електронний ресурс]. – Доступний з : <<http://www.amc.gov.ua>>.

¹ Мовчазна змова – це метод встановлення узгоджених цін, обсягів виробництва, районів збуту товарів на основі формальних угод між фірмами в умовах ринкової олігополії. Однією з форм мовчазної змови служить лідерство в цінах.