

УДК 339.137.27

Сидорук І.С.¹, Петрик Б.В.²

1 канд.екон.наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

2 студ. гр. Е-250 НУ «Запорізька політехніка»

МОНОПОЛЬНА ЗМОВА НА РИНКУ ЗБУТУ

Конкуренція завжди запорука розвитку ринку. Кожен постачальник намагається перевершити іншого, пропонуючи товари чи надаючи послуги краще та дешевше, ніж його конкурент. Несумлінні організації створюють картелі, щоби підтримувати високі ціни на свою продукцію. Бізнес входить у картельні змови та порушує принципи конкурентної боротьби.

Монополія – це ситуація, за якої число продавців стає настільки малим, що кожний продавець уже в змозі впливати на загальний обсяг пропозицій, а отже, і на ціну продукту, що продається. Звідси можна визначити, що практично за своєю економічною сутністю монополістична ситуація на ринку виникає тоді, коли у певній галузі домінують кілька корпорацій, оскільки вони мають можливість зговору для панування на ринку й отримання монопольного прибутку.

Аналіз проблеми. В економічній науці дотримуються аксіоми, що спрямованість картелів проти конкуренції очевидна. Результатом змови між учасниками картелю може стати фактична монополізація ринку. Вважається, що картелі набагато шкідливіші для споживачів, ніж антиконкурентні дії, де витрати і вигоди втручання зазвичай ретельно зважуються.

Кількість розглянутих останнім часом картельних справ свідчить про наявність постійної проблеми, а у світі поширюється загальне переконання, що боротьба зі «злісними картелями» і розробка самих

інструментів такої боротьби, повинна бути пріоритетним завданням як на державному, так і світовому рівні.

За визначенням Європейської комісії, «картелями є угоди та/або погоджені дії двох або більшої кількості конкурентів, спрямовані на координацію конкурентної поведінки на ринку та/або впливають на відповідні параметри конкуренції за допомогою таких дій, як встановлення цін закупівлі або продажу, або інших комерційних умов, розподіл квот на виробництво або реалізацію продукції, розподіл ринків, в тому числі і шахрайські дії при проведенні торгів, обмеження імпорту або експорту, та/або дії, спрямовані на обмеження конкуренції, вжиті проти інших конкурентів[1]».

Картельною змовою можуть визнати будь-яку домовленість між конкурентами. Змови можуть бути про ціну, про розподіл сфери впливу. Такі домовленості укладають письмово чи усно. Але найпростіше укласти усні, тому що їх складніше відстежити та довести. Також на картельну змову часто вказують асоціації різних компаній, тому що велика ймовірність, що мета їхнього об'єднання – це просування спільних інтересів.

Найпильніша увага приділяється державним закупівлям. Оскільки більшість справ про змови порушуються саме у сфері державних закупівель. Недобросовісні постачальники утворюють картель, щоб укласти державний контракт за максимально можливою ціною. Це не лише обмежує конкуренцію, а й завдає серйозної шкоди державному бюджету. Такі дії вперше використовувалися з підтримкою з боку корупційних діячів. Зараз впроваджуються запобіжні заходи, держава задіює звичайних підприємців і при виявленні картельної змови вони повинні відразу подавати скаргу до антимонопольних органів, які організують перевірку. Разом з позитивним ефектом, таке рішення має і негативну дію. В джерелі [2] наголошується що замість того, щоб фокусуватися на вирішенні системних і найважливіших для економіки проблем, пов'язаних із розвитком конкуренції, антимонопольний комітет змушений розпорошувати увагу й реагувати на кожне, хай навіть найдрібніше, звернення. А таких може бути більше ніж декілька тисяч на рік. Тому якісні зміни, і насамперед законодавчі, дуже потрібні.

Таким чином, з метою забезпечення прозорого формування цін на товари і послуги, запобіганню монополювній змові на ринку збуту і утворенню картелів, пропонуємо:

1. Здійснювати оцінку економічної обґрунтованості цін на етапі їх встановлення та запровадити окремий облік доходів, витрат, фінансових результатів за кожним видом діяльності, що підлягає ліцензуванню, з метою попередження необґрунтованого збільшення тарифів.

2. Аналізувати ринок з різних точок збуту.
3. Розробити методики щодо впровадження принципу «заохочувального регулювання».
4. Підвищення зацікавленості у сфері економічного аналізу та навчання необхідної кількості спеціалістів.

Урегулювання зазначених проблем дасть можливість ефективно здійснювати контроль за встановленням цін на ринку, оперативно реагувати на будь-які негативні тенденції та змови в діяльності суб'єктів господарювання та сприятиме вдосконаленню механізму державного регулювання цін на товари і послуги та залученню інвестицій до цих сфер, щоб у майбутньому отримувати більш якісні товари та послуги за справедливую ціну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Що таке картелі і як з ними боротися? [Електронний ресурс] Антимонопольний комітет України. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/120497>.
2. Монополія неможлива без держави [Електронний ресурс] Інтерв'ю Голови Антимонопольного Комітету України. 2020. – Режим доступу: <https://amcu.gov.ua/news/monopoliya-nemozhliva-bez-derzhavi-intervyu-golovi-komitetu-vidannyu-rejting> (дата звернення 31.03.2023).