

Поэтому, в Концепции развития «Азербайджан – 2020: взгляд в будущее» за основу взята экономическая модель экспортной направленности и предусмотрено, что повышение конкурентоспособности и усовершенствование структуры экономики будут способствовать росту ненефтяного экспорта, так как поощрение и расширение инновационной деятельности, наряду со стремительным развитием ненефтяной промышленности, создадут благоприятную почву для формирования в стране сильной экономики, основанной на глубоких знаниях.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Закон Азербайджанской Республики от 18 февраля 1995 года №976 "Об основах аграрной реформы"
2. Закон Азербайджанской Республики от 4 июня 1999 года №673-ІГ "О государственной помощи малому предпринимательству"
3. Халилов Т.Т. Современное развитие предпринимательство в Азербайджане / Международное предпринимательство: материалы международной студенческой научно-практической конференции /- М.: ГОУ ВПО «РЭУ им. Г.В.Плеханова», Москва, 2012, (0,2 пл.).
4. Центральная база данных Государственного комитета статистики Азербайджанской Республики <http://www.azstat.org/> (пер. из азерб.)
5. Эфендиев О.Ф., Алиев Э.А. Внешнеэкономическая деятельность современного Азербайджана. Учебное пособие. Баку, Издательско-полиграфическое предприятие «Зардаби LTD» ООО, 2007, С 328.

УДК 346.5 (477)

РИНОК І МОНОПОЛІЇ В ЗАКОНОДАВСТВІ ПРО ЗАХИСТ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Грудницький В.М., здобувач Інституту економіко-правових досліджень НАН України

Грудницький В.М. Ринок і монополії в законодавстві про захист економічної конкуренції.

У статті розглянуті економіко-правові аспекти понять «ринок» і «монополії», їх місце та значення в законодавстві про захист економічної конкуренції. Виокремлено три групи відносин, що складаються на ринку: 1) ринкові, 2) конкурентні, 3) монополійні, які співвідносяться як загальні (загальними є ринкові відносини) і часткові (конкурентні і монополійні). Проведено класифікацію ринкових відносин на абстрактні та конкретні. Абстрактними є ринкові відносини взагалі, як феномен. Щодо конкретних ринкових відносин зазначено, що вони завжди є конкурентними, оскільки ринок априорно передбачає конкуренцію. Якщо ринок є монополійним, то це не означає, що конкуренція на такому ринку відсутня, адже її потрібно захищати і в цьому випадку (захищати права потенційних учасників ринку). Відзначено, що для точного відображення сутності конкуренції мова має йти не про конкуренцію діяльності, а про конкуренцію інтересів. Така конкуренція є завжди, навіть на монополійному ринку, оскільки інтереси є завжди, навіть коли влада по їх реалізації обмежена.

Ключові слова: ринок, релевантний ринок, товарний ринок, монополії, конкуренція.

Грудницький В.Н. Рынок и монополии в законодательстве о защите экономической конкуренции.

В статье рассмотрены экономико-правовые аспекты понятий «рынок» и «монополии», их место и значение в системе законодательства о защите экономической конкуренции. Выделены три группы отношений, которые складываются на рынке: 1) рыночные, 2) конкурентные, 3) монополичные, которые соотносятся как общие (общими являются рыночные отношения) и частичные (конкурентные и монополичные). Проведена классификация рыночных отношений на абстрактные и конкретные. Абстрактными являются отношения в общем, как феномен. Относительно конкретных рыночных отношений отмечено, что они всегда являются конкурентными, поскольку рынок априорно предусматривает конкуренцию. Если рынок является монополическим, то это вовсе не означает, что конкуренция на таком рынке отсутствует, ведь ее нужно защищать и в этом случае (защищать права потенциальных участников рынка). Отмечено, что для точного отображения сущности конкуренции речь должна идти не о конкуренции деятельности, а о конкуренции интересов. Такая конкуренция есть всегда, даже на монополическом рынке, поскольку интересы есть всегда, даже когда власть по их реализации ограничена.

Ключевые слова: рынок, релевантний рынок, товарний рынок, монополии, конкуренция

Grudnysky V. Market and monopolies in the legislation of economic competition protection.

Economic and legal aspects of such definitions as "market" and "monopolies", their place and role in the legislation on the economic competition protection have been examined in the article. Three groups of the market relationship have been defined: 1) marketable, 2) competitive, 3) monopolistic, which can be general (which are marketable relationship) and partial (competitive and monopolistic). The classification of the market relationship to abstract and concrete has been made. Regards concrete market relationship it is noted that they are always competitive as market a priori foresees competition. In case if the market is monopolistic, it doesn't mean that competition doesn't exist on such market as it has to be protected even in this case (to protect the rights of the potential market participants). It is note that to precisely show the nature of the competition, first of all we should talk about competition of the interests and not about competition of activities. This competition exists all the time, even on the monopolistic market, as there are always interests, even when power is limited.

Key words: market, relevant market, goods market, monopolies, competition.

Постановка проблеми. Реформування економіки України пов'язане з вирішенням цілого ряду практичних проблем, однією із яких на сьогоднішній день є вдосконалення механізму правового захисту суб'єктів господарювання від зловживання монополійним та домінуючим становищем. Згідно з річними звітами Антимонопольного комітету України зазначений вид правопорушення поміж правопорушень законодавства про захист економічної конкуренції є одним із найпоширеніших. Звідси постає необхідність постійного вдосконалення антимонопольно-конкурентного законодавства України, його відповідність викликам сьогодення. На сьогодні це законодавство представлено Господарським кодексом України, Законами України «Про захист економічної конкуренції», «Про природні монополії» та іншими нормативними актами.

Дослідження проблеми зловживання монополійним та домінуючим становищем потребує розкриття змісту таких ключових категорій законодавства про захист економічної конкуренції, як «ринок», «конкуренція», «монополія». Дані категорії є багатограними, а саме тому, в юридичній і економічній науці існують різноманітні підходи щодо їх трактування. У науці економіко-правові аспекти характеристики понять «ринок» і «монополія» розглядалися в працях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, таких як: С. Валітов [1], З. Борисенко [2], В. Базилевич [3], І. Князєва [4], Е. Гелхорн [5], Ф. Шерер [6] та інші. Але економічні відносини постійно розвиваються, що, в свою чергу, потребує проведення подальшого дослідження зазначених категорій.

Метою наукової статті є всебічне дослідження економіко-правових властивостей таких категорій, як «ринок» і «монополія», та виокремлення їх сутнісних характеристик, що потребують врахування в законодавстві про захист економічної конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі розвитку економічних відносин виникали різноманітні визначення поняття «ринок». Так, автори роботи «Основи економічної теорії» визначають ринок, як сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу [7, с. 88-89]. З цього визначення ринку випливає, що, по-перше, ринок завжди обумовлюється природою виробництва, хоч йому властива значна самостійність і він активно впливає на всі відтворювальні процеси, їх кінцеві результати

та ефективність. По-друге, формування ринку не є самоціллю. Це не мета, а засіб досягнення ефективності системи господарювання. По-третє, ринок означає систему саморегулювання економіки, що стимулює розвиток виробництва за його як кількісними, так і якісними параметрами. Вільний ринок, що діє автоматично, саморегулюється, як доведено історичним досвідом, ефективно працювати не може. Вже в римському праві містилися норми, які регулювали ринкові відносини обміну [7, с. 89].

Ринок – система економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових і фінансово-кредитних механізмів [8, с. 91].

І. Князева зазначає, що розгляд категорії ринку з позиції економічної теорії передбачає сферу обігу конкретного товару і відображає різні аспекти цієї багатогранної категорії (ринку), але не враховує найважливішої характеристики, пов'язаної з можливістю його заміни як в споживанні, так і в виробництві [4, с. 52]. У середині 1960-х рр. у теоріях «Галузевих ринків» [6], «Організація промисловості», «Антитрестовське регулювання» [5] з'явився новий термін «товарний ринок». Основне місце використання цього поняття – сфера антитрестовського (антимонопольного) регулювання.

Виділення невирішеної проблеми. Поняття товарного ринку знайшло своє закріплення в Законі України «Про захист економічної конкуренції». Згідно зі статтею 1 вказаного закону ринок товару (товарний ринок) – сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція.

Близьке наведеному визначення міститься і в законодавствах інших країн. Наприклад, Федеральний Закон РФ «Про захист конкуренції» також закріпив визначення товарного ринку як – «сфера обороту товару (в тому числі товару іноземного виробництва), який не може бути замінений іншим товаром, або взаємозамінних товарів, в межах якої (в тому числі географічних) виходячи із економічної, технічної або іншої можливості або доцільності споживач може придбати товар, і така можливість або доцільність відсутня за її межами» [9].

Порівнюючи ці два визначення поняття «товарний ринок» можна виділити деякі аспекти даної категорії. По-перше, товарний ринок представляє собою сферу обороту товару (взаємозамінних товарів), в законодавстві РФ існує уточнення, що до групи товарів відносяться і товари іноземного виробництва; по-друге, на відміну від законодавства Російської Федерації, у законодавстві України вказано на такий елемент ринку, як проміжок часу, протягом якого існує попит і пропозиція на товар; по-третє у законодавстві України і РФ вказано на географічні межі товарного ринку.

Категорія «товарний ринок» розглядається, з однієї сторони, з метою оцінки економічної ситуації, визначення процесів і виявлення тенденцій, які відбуваються на ринку, з другої сторони – для визначення сфери антимонопольного контролю і регулювання, застосування норм законодавства про захист економічної конкуренції.

Правила юридичної техніки передбачають більш конкретне виявлення суб'єктів і об'єктів правових відносин. У зв'язку з цим у зарубіжній економічній і юридичній практиці з'явилось поняття «релевантний ринок» [4, с. 55].

У спеціальній літературі ОЕСР [10] і нормативних актах, виданих Комісією ЄС, критеріями релевантного ринку вважають товарні і географічні межі, в межах яких для конкретного суб'єкта ринкових відносин виникають відносини конкуренції і монополії.

Результати дослідження. На сьогоднішній день економічна теорія виділяє декілька типів ринку: ринок досконалої конкуренції, монополюючий ринок (монополістична конкуренція), олігопольний ринок (олігополія), монополістичний ринок (монополія).

Ринок досконалої (вільної) конкуренції – це така форма організації ринку, за якої поведінка продавця формується під впливом власного вибору предмету діяльності, встановлення цін та інших виявів підприємницької поведінки. В умовах досконалої конкуренції споживачі мають змогу вільно обирати необхідний для них товар. Попит і пропозиція вільно взаємодіють, і під впливом цієї взаємодії вільно формуються ціни. Пропорції виробництва, напрями розміщення ресурсів встановлюються відповідно до бажань споживачів [2, с. 28].

Монополюючий ринок (монополістична конкуренція) – це стан ринку, на якому наявна велика кількість порівняно невеликих товаровиробників, які виробляють і пропонують споживачеві схожі, але специфічні з позиції покупця види продукції. Це ринок, для якого характерна диференціація продукції. Але ступінь диференціації невисокий, а такий, що дає змогу об'єднувати відповідну продукцію в групи, в межах якої задовольняється приблизно однакова потреба. Тобто диференціація продукції досягається за рахунок дешевої відмінної якості продукції та реклами. Завдяки такій диференціації споживачі здатні розрізнити на ринку продукцію різних фірм, отже, попит на продукцію окремої фірми вже не є абсолютно еластичний, хоча і залишається високо еластичним [2, с. 29].

Прикладами монополістичної конкуренції є перукарні, роздрібна торгівля, хімічистки, бензоаправні станції, громадське харчування, виробництво товарів широкого вжитку, зокрема виробів побутової хімії, ліків.

Наступним типом організації ринку є олігополія. Це ринок, на якому декілька досить великих виробників, а їм протистоїть значна кількість покупців. Зазвичай на таких ринках панують від двох (дуополія) до десяти фірм, на які приходить близько половини продажу продукції. Про такі підприємства ще часто говорять «велика четвірка», «велика сімка». Це сфера з великою концентрацією виробництва. Продукція таких фірм може бути диференційованою (автомобільна промисловість) або однорідною (тютюнова промисловість). Вступ до галузі нових фірм, як правило, суттєво ускладнений, зокрема, через високу капіталомісткість виробництва та порівняно обмежений попит. Бар'єри для вступу на такі ринки можуть також бути володіння патентами або контроль над стратегічною сировиною, що особливо важливо в електроенергетиці, хімічній промисловості. Додатковим фінансовим бар'єром можуть бути величезні витрати на рекламу. Велика кількість фірм незначного розміру просто не може жити на таких ринках [2, с. 31].

Незважаючи на певну ринкову владу, підприємці, які діють на олігопольному ринку, все-таки не можуть встановлювати ціну так само просто, як на монополюючому ринку. Цінова політика, рішення стосовно оптимальних обсягів виробництва значною мірою залежать від конкурентів. Тобто усі конкуренти ринку взаємозалежні і змушені приймати свої рішення з урахуванням поведінки конкурентів.

Слід також відмітити, що на практиці існує і зворотна ситуація (олігопсонія), коли безліч продавців пропонує свою продукцію обмеженому колу покупців.

Дії учасників на олігопольному ринку можуть бути різноманітними – від конкурентних до монополістичних – в залежності від характеристики ринку і поведінки його агентів. Одні намагаються ігнорувати поведінку конкурентів і діяти так, нібито в галузі панує досконала конкуренція. Інші, навпаки, намагаються передбачити поведінку суперників і уважно слідкують за кожним їх кроком. Деякі із конкурентів вважають найбільш вигідною тайну змову з фірмами конкурентами. Можливі дві основні форми поведінки суб'єктів в умовах олігопольних структур: некооперативна і кооперативна (картель). За некооперативної поведінки кожен продавець самостійно вирішує проблему визначення ціни і об'єму випуску продукції, при кооперативній – формується картельна система взаємовідносин. На картельному ринку практикуються:

- об'єднання всіх (або декількох) продавців (покупців) певного товару з метою проведення єдиної політики збуту продукції;
- назначення єдиної ціни всіма продавцями;
- регулювання квот випуску (закупок);
- поділ ринку по територіальному принципу, колу клієнтів тощо [4, с. 36].

Наступною формою організації ринку є монополія. Монополістичний ринок – передбачає існування єдиного продавця певного товару. Пропозиції підприємства, яке займає монополююче становище, протистоїть на ринку сукупний попит усіх покупців товару в межах географічних і товарних кордонів відповідного ринку (світових, національних, регіональних). Якщо в умовах досконалої конкуренції продавець міг продати певну кількість товару по незалежній від нього ринковій ціні, то монополююче підприємство регулює як об'єм продажі продукції, так і її ціну. Маючи абсолютну ринкову владу, воно може регулювати об'єм випуску продукції, її ціну, якість та інші істотні умови обороту [1, с. 67-68].

Підприємство може випускати як один вид продукції, так і багато її різновидів, але всерівно воно буде вважатися таким, що займає

монопольне становище тільки по одному виду продукції, у якій повністю відсутні виробники-конкуренти.

Одна із причин виникнення та існування монополії полягає в співвідношенні між розмірами ринку (пропонованим попитом) і кількістю підприємств, які здатні виробляти однорідну продукцію для його задоволення. Іншими причинами існування монополії можуть бути природні (одне джерело сировини), технологічні (експлуатація винаходу без передачі прав на його використання), адміністративні тощо [1, с. 68].

Важливим складовим компонентом механізму ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції.

Конкуренція означає економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних з продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам.

Основне завдання конкуренції — завоювати ринок у боротьбі за споживача, перемогти своїх конкурентів, забезпечити одержання сталого прибутку [8, с. 99].

Протилежним явищем конкуренції є монополія. Це поняття, асоціації з яким на практиці мають більш негативний, а ніж позитивний характер, і тому є цілий ряд об'єктивних причин. Але, нагадаємо, що слово «монополія» походить від грецького «monopolien» - один продавець. Економічна наука використовує цей термін для характеристики ситуації, коли окрема фірма чи підприємство є єдиним виробником унікальної продукції і внаслідок цього може контролювати випуск значної частини, або, навіть, цілої галузі. Зважаючи на власні економічні інтереси, продавці (а також і покупці) закономірно постійно прагнуть уникнути конкуренції, захопити монопольні позиції і утвердитися на них. Кожен із них прагне стати монополістом, оскільки це дає йому певну владу над ринком або перевагу у визначенні прийнятної для нього ціни [3, с. 12].

Монополія в її чистому вигляді — це така ситуація, коли на ринку існує лише один продавець і безліч покупців, які не мають можливості обирати продавця, а тому змушені купувати необхідний товар у запропонованому вигляді і за запропованою ціною. Вступ нових фірм у галузь заблокований економічними, технічними або юридичними бар'єрами, тому одна фірма фактично представляє всю галузь. Продукція не диференційована і не має близьких замінників. Інформація щодо стану ринків, цін, обсягів виробництва доступна [2, с. 52].

Таким чином можна назвати деякі характерні риси монополії:

- наявність на ринку одного суб'єкта (виробника, постачальника, споживача);
- наявність бар'єрів для вступу на ринок потенційних конкурентів;
- відсутність взаємозамінних товарів, через що у споживача немає можливості придбати альтернативну продукцію для задоволення власних потреб;
- реальність ринкової влади, яка надає можливість диктувати умови обороту товару на ринку тощо.

Аналіз еволюції поглядів вчених на проблему конкуренції і монополії у системі ринкових відносин свідчить, що протягом значного періоду конкуренція розглядалася як сила, яка сприяє ідеальному вирішенню проблеми економічної результативності, а монополія протягом тривалого часу засуджувалась за руйнування конкурентного ідеалу. Монополії відводиться роль антипода конкуренції, який стримує об'єктивне прагнення економічної системи до максимізації суспільного добробуту [3, с. 18].

Монополії за своїм характером, рушійними силами і формами вираження можна класифікувати за різними ознаками: по характеру рушійних сил, формі власності, територіальній ознаці, по характеру виникнення тощо. При цьому слід розуміти, що такі класифікації мають умовний характер і не є вичерпними.

По характеру рушійних сил І. Князева виділяє природну, продуктову і протекціоністську [4, с. 24].

Існування природних монополій представляє економічно доцільну ринкову ситуацію, за якої задоволення попиту на певному продуктовому ринку ефективніше у разі відсутності конкуренції в силу технологічних або інших особливостей функціонування ринку. У галузях природних монополій економія, зумовлена зростанням масштабів виробництва, настільки велика, що продукт може бути виготовлений одним підприємством при більш низьких витратах, а товари, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами, відповідно попит на цьому ринку в меншій мірі залежить від зміни ціни. Технологічні особливості функціонування компаній на цих ринках призводять до ситуації, за якої при зростанні попиту середні сукупні витрати для фірми з даною технологією постійно знижуються, а при розподілі виробництва на декілька підприємств призводить до зростання затрат на випуск продукції і неефективному функціонуванню самої системи [4, с. 24-26].

Природна монополія існує на основі бар'єрів, які зумовлені особливостями виробництва і реалізації продукції.

У зв'язку з тим, що досягнення монопольного становища здійснюється завдяки випуску на ринок нового товару, то дана монополія, на думку І. Князевої, характеризується як продуктова [4, с. 26].

Що ж до протекціоністських монополій, то їх існування і функціонування пов'язане з активною політикою надання державної підтримки, яка спрямована на сприяння окремим суб'єктам ринку, що повністю запобігає виникненню конкурентів або створює істотні адміністративні бар'єри. Основними інструментами державної допомоги є прямі субсидії і пільги, звільнення від сплати податків тощо.

Протекціоністські монополії при малоефективній діяльності можуть досягти успішних результатів за рахунок маніпулювання цінами при низькій якості і невисокій конкурентоспроможності своєї продукції. Протекціоністські монополії, які діють в умовах державного патронажу, мають адміністративний імунітет [4, с. 27].

За територією, яка належить до сфери впливу окремих монополій, їх можна розділити на місцеві (локальні), регіональні, загальнодержавні (національні), міжнародні (екстериторіальні).

Місцеві (локальні) існують в межах району, міста та інших локальних територіальних утворень. У більшості випадків до місцевих монополій відносяться суб'єкти, які діють на ринку послуг, так як ці ринки є досить закритими.

Регіональні монополії діють в межах одного або декількох адміністративно-територіальних утворень. У межах країни може бути кілька регіональних монополістів, які працюють на ринку однієї продукції. Якщо, наприклад, що продукцію економічно недоцільно транспортувати на далекі відстані, а замінити іншим товаром немає можливості, то кожен її виробник у своєму регіоні розглядається як монополіст.

Загальнодержавні (національні) монополії здійснюють свою діяльність в межах держави, поширюють свій вплив на всю територію країни. Їхню продукцію можна безперешкодно й порівняно недорого транспортувати, зберігати довгий час. В Україні це великі компанії, наприклад, НАК «Нафтогаз України», ПАТ «Укртелеком», ПАТ «Одеський припортовий завод», ДП «Укрхімтрансміа», НАК «Укренерго» тощо.

Міжнародними (екстериторіальними) монополіями є суб'єкти господарювання, які захоплюють одну або декілька сфер світового господарства з метою використання панівного становища для максимізації своїх надприбутків. Класичний приклад міжнародної монополії — алмазний синдикат «Де Бірс», який функціонує на ринку алмазів. Транснаціональні корпорації, які створюються як національні щодо походження капіталу й способів контролю за їх використанням і міжнародні за сферою своєї діяльності. Це, наприклад, «Макдоналдс», «Самсунг», «Форд» тощо [2, с. 55].

За формою власності можна виділити два типи монополій: приватну і державну.

Приватна монополія реалізує в процесі господарської діяльності приватнопідприємницькі інтереси суб'єктів ринку.

Особливість державної монополії полягає в тому, що її діяльність знаходиться під контролем держави і регулюється конкретними органами влади, які мають відповідні повноваження та захищають інтереси суспільства і споживачів [4, с. 27].

Слід зазначити, що економісти та юристи знають різноманітні форми монополістичних об'єднань: картелі, синдикати, трести,

концерни, конгломерати.

Висновки та пропозиції. На основі вищевикладеного можна зробити наступні висновки загального характеру.

Насамперед, слід підкреслити ключове значення для теорії захисту конкуренції таких понять, як інтереси, ринкова влада, державний контроль. Однак поняття інтересу є ключовим для будь-якої сфери правовідносин, оскільки через інтерес розкривається сутність права (відповідно до теорії інтересу Геринга). Ринкову владу (економічну владу) у сучасному світі потрібно розглядати як критерій оцінки реальних відносин на ринку. А державний контроль є необхідним для регулювання ринкових відносин з тим, щоб на ринку забезпечувалась реалізація рівних прав всіх його учасників, у т.ч. потенційних.

Необхідно погодитися з тим, що правила юридичної техніки вимагають більш конкретного виявлення суб'єктів, об'єктів, а також предмету правових відносин у сфері економічної конкуренції.

Об'єктом таких правовідносин є задоволення попиту споживачів, предметом господарська діяльність, спрямована на його задоволення.

Перший крок до врахування вимоги визначення суб'єктів зроблено у понятті «релевантний ринок», критеріями якого в країнах ЄС вважають товарні і географічні межі, в межах яких для конкретного суб'єкта ринкових відносин виникають відносини конкуренції і монополії. Це визначення дозволяє виокремити три групи відносин, що складаються на ринку: 1) ринкові, 2) конкурентні, 3) монополійні, які співвідносяться як загальні (загальними є ринкові відносини) і часткові (конкурентні і монополійні).

Окрім того, потребує визначення, хто є зворотнім суб'єктом відносин в рамках кожної з груп, на яке потрібно дати наступну відповідь. Якщо суб'єктами конкурентних або монополійних відносин є конкретні учасники реальних відносин, що вже склалися на ринку, то суб'єктами ринкових відносин є як реальні, так і потенційні учасники ринку, тобто публіка.

Слід також вказати на наявність такої групи учасників правовідносин як споживачі, оскільки вони теж мають можливість впливати на поведінку суб'єктів.

Доцільно буде провести класифікацію ринкових відносин також на абстрактні та конкретні. Абстрактними є ринкові відносини взагалі, як феномен. Що ж стосується конкретних ринкових відносин, то правильним буде зазначити, що вони завжди є конкурентними, оскільки ринок апріорно передбачає конкуренцію. І якщо ринок є монополійним, то це означає зовсім не те, що конкуренція на такому ринку відсутня, адже її потрібно захищати і в цьому випадку (захищати права потенційних учасників ринку), а те, що в даному випадку має місце абсолютна монополія, в умовах якої існує абсолютно обмежена конкуренція. Як уявляється, для точного відображення сутності конкуренції мова має йти не про конкуренцію діяльності, а про конкуренцію інтересів. Така конкуренція є завжди, навіть на монополійному ринку, оскільки інтереси є завжди, навіть коли влада по їх реалізації абсолютно обмежена.

Захист економічної конкуренції передбачає захист свободи підприємницької діяльності, гарантованої ст.42 Конституції України. Свобода підприємницької діяльності передбачає рівні права учасників ринкових відносин та їх вільну реалізацію. Рівність прав передбачає правову можливість реалізації власних інтересів, при умові, що вони не порушують інтереси інших учасників ринку. Баланс інтересів при цьому забезпечується законодавством, а також державним регулюванням конкретних відносин у процесі діяльності державних органів, що спеціалізуються на захисті економічної конкуренції (АМК України).

Виходячи з цього, протиставлення конкуренції і монополії є невиправданим, оскільки це різнопорядкові поняття, одне з них не виключає іншого, а всього лиш вказує на їх співвідношення у процесі правореалізації.

З урахуванням зазначеного монополію і конкуренцію можна поділити на абсолютну та відносну, де абсолютна монополія прямопропорційна абсолютно обмеженій конкуренції, а абсолютна конкуренція - абсолютно обмеженій монополії. Відповідно відносна монополія, що передбачає в ту чи іншу міру домінування на ринку, відповідає в прямопропорційній мірі відносно обмеженій конкуренції.

Досконала (вільна) конкуренція є ідеалом ринку, але реальність рідко відповідає ідеалу, й мова може йти лише про постійне відстежування відхилень ринкових відносин від ідеальних та своєчасну їх кореляцію в поточному порядку.

Чітке визначення та розуміння змісту понять, які використовуються в законодавстві про захист економічної конкуренції, є необхідною умовою для правильного та ефективного його застосування.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Валитов С.С. Конкурентное право Украины. Практикум / С.С. Валитов, Н.А. Трегубец. – Донецк: Юго-Восток, 2013. – 260 с.
2. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: підручник / З.М. Борисенко. – К.: Таксон, 2004. – 704 с.
3. Базилевич В.Д. Природні монополії / В.Д. Базилевич, Г.М. Філюк. – К.: Знання, 2006. – 367с.
4. Князева И.В. Антимонопольная политика в России / В.И. Князева. – 5-е изд., перераб. – М.: Омега-Л, 2011. – 505 с.
5. Гелхорн Э. Антитрестовское законодательство и экономика / Э. Гелхорн, В.Е. Ковачич. – Вашингтон: Международный институт права, 1995. – 375 с.
6. Шерер Ф. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ. / Ф. Шерер, Д. Росс. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 698 с.
7. Основи економічної теорії: підручник / О.О. Мамалуй, О.А. Гриценко, Л.В. Гриценко та ін.; за заг. ред. О.О. Мамалуй. — К.: Юрінком Інтер, 2006. — 480 с.
8. Економічна теорія: навч. посіб / А.М. Андрущенко, А.П. Бурляй, В.С. Костюк та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
9. О защите конкуренции: Федеральный Закон от 26.07.2006. – №135-ФЗ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://duma.consultant.ru/page.aspx?877909>.
10. Ячеистова Н.А. Международная кокуренция: законодательство, регулирование и сотрудничество / Н.А. Ячеистов. – Нью-Йорк; Женева: ООН, 2001. – 488 с.
11. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 р. № 2210-14 // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 12. — Ст. 64.

УДК: 339.564

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ И ПРОБЛЕМ ЭКСПОРТА ЗЕРНА В УКРАИНЕ

Гудаков А.К., аспирант, кафедра "Международная экономика", Донецкий национальный университет

Гудаков О.К. Аналіз сучасних тенденцій і проблем експорту зерна в Україні.

У статті аналізуються сучасні тенденції та проблеми характерні для експорту зерна в Україні. На початку статті наводиться актуальність розглянутого питання. Потім дається загальна характеристика фінансового показника експорту зерна в Україні в 2012 році, а також динаміка даного показника за останні десять років.

У зв'язку з тим, що за останні десять років були значні коливання в грошовому показника експорту зерна в Україні, - у статті наведено детальний аналіз особливостей експорту українського зерна по кожному року, за період з 2007 по 2012. У ході даного аналізу розглядаються зміни грошових та кількісних показників експорту зерна в Україні, динаміка виробництва і споживання зерна в Україні та світі, обсяг світової торгівлі зерном, коливання світових цін на зерно, товарна структура українського експорту зерна й інші фактори, які