

1. Уманців Г.В. *Холдингові компанії та фінансово-промислові групи у сучасній економіці*. – К.: ВІРА-Р, 2002. – 429с. 2. Шиткіна И.С. *Холдинги. Правовой и управленческий аспекты*. – М.: ООО «Городец-издат», 2003. – 368с. 3. Винслав Ю.Б. *Становление отечественного корпоративного управления: теория, практика, подходы к решению ключевых проблем // Российский экономический журнал*. – 2001. – №2. – С. 17. 4. Суторміна В.М. *Фінанси зарубіжних корпорацій: Підручник*. – К.: КНЕУ, 2004. – 566с. 5. *Словарь современной экономической теории Макмиллана*. – М.: ИНФРА, 1999. – 608 с. 6. Золотогоров В. Г. *Энциклопедический словарь по экономике*. – Минск: Польша, 1997. – 571 с. 7. Росс С. и др. *Основы корпоративных финансов / Пер. с англ.* – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2001. – 720 с. 8. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 „Фінансові інвестиції”*. 9. *Найчук-Хруц М. Б. Шляхи та результати формування багаторівневих холдингових структур. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. – Львів: Видавництво Нац. ун-ту „Львівська політехніка”, 2004.

УДК: 339.13.012.434:332.135

Ю. Г. Наумець

Національний університет “Львівська політехніка”

“ПРИХОВАНІ” ІНТЕГРАЦІЙНІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКІ СТРУКТУРИ

© Наумець Ю. Г., 2005

Висвітлена проблема уникнення великими підприємствами Антимонопольного законодавства, а також один зі шляхів уникнення Антимонопольного законодавства. Вперше введено та запропоновано визначення поняття “приховані” інтеграційні виробничо-господарські структури”. Описані способи створення та цілі “прихованих” виробничо-господарських структур.

In article the problem avoidance by the great enterprises of the Antimonopoly law is displayed. One of ways avoidance of the Antimonopoly law For the first time is displayed is entered and the concept the "latent" integrated industrial - economic structures » is offered. Ways of creation and the purpose latent » the integrated industrial - economic structures are resulted

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Забезпечення конкурентного середовища на ринку та недопущення монополізації є одними з основних завдань держави, що реалізується через Антимонопольне законодавство та відповідний виконавчий орган, який здійснює контроль за ринком.

Розвиток економіки, виникнення нових організаційно-правових форм господарювання, виникнення нових форм зв'язків між підприємствами призведе до виникнення нових способів монополізувати ринок, уникнути Антимонопольного законодавства. Відповідно необхідна зміна Антимонопольного законодавства, що буде унеможливити монополізацію ринку. Тому необхідно досліджувати ринок, вивчати історичні факти, емпіричну інформацію, виявляти нові способи монополізувати ринок тощо, щоби мати можливість нейтралізувати негативні наслідки монополізації ринку або недопустити монополізацію ринку.

Подібні дослідження сприятимуть як побудові конкурентної економіки та формуванню нормативно-правової бази до неї, так і розвитку самих підприємств, вказуючи оптимальні шляхи до зростання, захоплення нових ринків тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Питання монополізації ринку, теоретичне обґрунтування негативних наслідків монополізації, вимір рівня монополізації на основі економіко-математичних моделей та емпіричних даних тощо висвітлені у працях багатьох українських та закордонних авторів, так само, як питання створення та функціонування інтеграційних виробничо-господарських структур.

Оскільки обидва питання є надзвичайно місткими, то кількість дослідників, котрі займалися та займаються цими питаннями є значною. Серед безлічі матеріалів автор ознайомився з працями таких науковців, як Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Півоваров С. Е., Віссема Х. та інших.

Формулюючи завдання, враховано фундаментальні праці, основи економіки, що дає можливість краще знайти шлях для розвитку проблематики та способи вирішення проблем.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Спираючись на теоретичну та емпіричну інформацію, цілями статті є дати теоретичне пояснення існуванню в економіці України та інших держав монополістів, що не підпадають під Антимонопольне законодавство, дати теоретичну основу для відслідковування цих монополістів на ринку, запропонувати підприємствам шляхи для розвитку на основі використання різних зв'язків між підприємствами. Ввести у вжиток, розкрити сутність внутрішньої організації та функцій “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур, дати визначення цим інтеграційним структурам.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У межах будь-якої національної економіки існує чотири ринки пропозиції за ознакою кількості учасників ринку та впливу учасників на цей ринок. До цих чотирьох ринків пропозиції належать ринок чистої конкуренції, ринок монополістичної конкуренції, ринок олігополії та монополійний ринок.

Особливу увагу завжди привертає останній ринок — монополія. Оскільки підприємства прагнуть стати монополістами, тобто суттєво впливати на ринок, а держава, в вигляді органів виконавчої влади (насамперед у вигляді Антимонопольного комітету), намагається не допустити це.

“Монополія — ринок, на якому кількість продавців така незначна, що кожен продавець спроможний впливати на загальну пропозицію і ціну товару або послуги”, таке визначення терміну “монополія” дає підручник з “Макроекономіки” [1, с. 646].

Причина, через яку підприємства прагнуть стати монополістами, полягає ось у чому: суттєво впливаючи на ринок через пропозицію продукції, підприємство-монополіст має можливість встановити вигідну йому ціну та максимізувати свої прибутки (завищуючи ціни), а також досягати і інших цілей (отримання певних виключних прав, лобіювання інтересів у законодавчих та виконавчих органах влади держави тощо). Тому будь-якому підприємству вигідно монополізувати ринок або, принаймні, суттєво впливати на нього, а тим підприємствам, що вже є монополістами, вигідно зберегти своє домінуюче становище на ринку. При цьому нехтується економічними інтересами споживачів, що не мають іншого альтернативного виробника (постачальника, продавця).

Монополізація ринку по-різному впливає на його учасників. На монополістичне підприємство вона впливає позитивно, це підприємство отримує неабиякі вигоди, про які зазначалося вище. На інших учасників ринку монополізація впливає негативно. Інші підприємства, що є учасниками ринку, обмежуються в отриманні доходів, прийнятті рішень, часто відбувається поглинання або підпорядкування підприємств монополісту, конкуренція здійснюється не тільки ціновими чи неціновими методами, а й протиправними діями (існують історичні приклади

використання монополістом протиправних методів досягнення потрібного результату: змова, залякування, погрози, підкуп державних органів влади тощо).

На споживачів монополіст також впливає негативно, оскільки ціни на ринку встановлюються не на основі попиту та пропозиції, а згідно з цілями та намірами монополіста, часто відбувається необгрунтоване завищення цін, що призведе до надлишкових витрат споживачів, невідповідності між ціною та якістю товарів чи послуг споживання, невідповідності між ціною виробника (ціною, що встановлює виробник) та ціною споживача (ціною, що готовий заплатити споживач) тощо.

Для національної економіки втрати полягають у відсутності стимулів для підприємства оптимізувати свою діяльність через відсутність конкуренції, у надлишкових витратах споживачів, тобто зменшення їх реальних доходів тощо.

Діям підприємств-монополістів перешкоджає Антимонопольне законодавство, що захищає інтереси споживачів та виробників, обмежує дію монополістів та сприяє конкуренції в державі. Практичною реалізацією Антимонопольного законодавства в Україні займається Антимонопольний комітет України. За умови, що підприємство-монополіст не належить до природної монополії, Антимонопольний комітет може вимагати від монополіста виконати певні дії, що мають на меті зменшити рівень монополізації ринку. Наприклад, на вимогу Антимонопольного комітету підприємство-монополіст буде змушене реорганізуватися, утворити нові підприємства, продати частину бізнесу тощо для того, щоби відповідати Антимонопольному законодавству.

Дії Антимонопольного комітету зумовлені потребою зменшити або повністю нейтралізувати негативні наслідки монополізації ринку. За відсутності потреби в цьому, існування Антимонопольного комітету є недоречним. Дбаючи про загальнодержавні інтереси та інтереси більшості учасників ринку, нехтується інтересами окремих підприємств-монополістів.

Але дійсне зменшення монополізації ринку відбувається доволі рідко. Для збереження свого монопольного становища на ринку, великі підприємства намагаються різними методами уникнути Антимонопольного законодавства, адже ніхто не хоче втрачати свої доходи, позиції на ринку тощо. В цій статті я розгляну один з таких методів, який застосовується монополістами, та, на мій погляд, є найдієвішим та найпрактичнішим.

Перед тим як описати цей метод, розглянемо зв'язки, що існують як між підприємствами, так і в середині підприємства, оскільки вони становлять основу цього методу.

Великі підприємства в своїй господарській діяльності використовують різні зв'язки з іншими підприємствами: укладання угод купівлі або продажу, франчайзинг, оренда, вступ до різних об'єднань, взаємний обмін акціями, надання привілейованих прав одному або групі підприємств тощо. Звернемо увагу на те, що будь-які угоди між підприємствами відображають певні зв'язки між ними, визначають взаємозалежність підприємств, їх взаємозобов'язання, певну підпорядкованість [2, с126–129].

У середині великого підприємства так само використовуються різні зв'язки, що залежать від рівня централізації в організації: пряме централізоване управління об'єктом (дочірнім підприємством, відділенням, підрозділом, відділом, дільницею тощо), надання права об'єкту управління приймати самостійні рішення в певних ситуаціях (часткова децентралізація), виокремлення об'єкта управління в самостійний об'єкт з правом самостійного управління (повна децентралізація, зв'язок з основним підприємством здійснюється на основі договірних відносин). Тепер фактично не залишилося повністю централізованих великих підприємств. Тому кожне велике підприємство можна розглядати як певне об'єднання частково чи повністю незалежних підрозділів, що діють на основі договірних відносин та координуються з певного єдиного центру для досягнення спільних цілей [3, с. 25–32].

Для уникнення Антимонопольного законодавства підприємство-монополіст, використовуючи різні зв'язки, створює певне об'єднання, так звану “приховану” інтеграційну виробничо-господарську структуру, що є по суті тим самим монополістичним підприємством, забезпечує необхідне управління об'єднанням та контроль ринку. Фактично змінюється внутрішня структура підприємства-монополіста для досягнення певного зовнішнього результату.

Розглянемо як саме відбувається створення “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур.

Підприємство визнається монополістом Антимонопольним комітетом. Від підприємства вимагається поділення з утворенням щонайменше двох підприємств. Монополіст виконує вимогу Антимонопольного комітету і формально на папері з’являються два підприємства.

Фактично вимогу Антимонопольного комітету виконано, але дійсного зменшення монополізації ринку не відбувається. Оскільки ці нові підприємства, використовуючи різні зв’язки, знову об’єднуються, монополізуючи ринок.

Нові підприємства можуть здійснити взаємний обмін акціями чи стати власниками частини статутного фонду один одного, що дозволить підвищити узгодженість рішень між підприємствами, та сприятиме закритості цих підприємств від впливу та поглинання з боку інших підприємств. При цьому вони не підпадають під Антимонопольне законодавство, адже не відбувається поглинання одного підприємства іншим. Підприємства можуть створити закриту асоціацію з дослідження ринку, формування цінової та збутової політики підприємств-учасників, що фактично реалізує діяльність підприємств-монополістів, залишаючись, отже, поза увагою Антимонопольного комітету, адже асоціація не суттєво впливає на ринок, прямих узгодженостей між підприємствами немає. Найпростіший спосіб монополізувати ринок або зберегти свої монополістичні позиції на ринку – укласти звичайні угоди купівлі-продажу, оренди, франчайзингу між підприємствами, укласти угоди з надання певному підприємству привілейованих прав, провести консультації з формування цінової та збутової політики підприємств тощо, тобто укласти такі угоди, що, по суті, відображають діяльність монополістичної структури без самого її створення.

Завдяки різним зв’язкам між підприємствами створюється певна інтеграційна виробничо-господарська структура, що об’єднує підприємства в єдину монополістичну структуру, навіть якщо дійсне створення інтеграційної структури, офіційне проголошення її створення, наприклад асоціації, не відбувається. Адже більшість функції інтеграційної виробничо-господарської структури виконується саме завдяки різним зв’язкам між підприємствами.

Одразу наголошую, що ця інтеграційна виробничо-господарська структура та відповідна монополізація ринку є зовнішніми ознаками монополіста на ринку, а не внутрішніми, тобто це можна спостерігати в економіці, на ринку, але офіційного та формального створення інтеграційної структури та проголошення монополізації ринку ніколи не відбувається.

Подібні дії дають можливість уникнути Антимонопольного законодавства. Створення інтеграційних виробничо-господарських структур дає можливість, так би мовити, ховатися монополісту від Антимонопольного комітету. Тому подібні інтеграційні виробничо-господарські структури автор називає “прихованими”.

Антимонопольне законодавство переважно акцентує увагу на певних підприємствах, об’єднаннях, на об’єктах, що є монополістами. Певним зв’язкам між підприємствами та функціям, що вони виконують в економіці, приділяється незначна увага, що дає можливість уникати Антимонопольного законодавства та монополізувати ринок.

Отже, можна дати певне визначення “прихованим” інтеграційним виробничо-господарським структурам. “Прихована” інтеграційна виробничо-господарська структура — це організаційне утворення, що виконує функції монополістичного об’єднання та має на меті уникнути Антимонопольного законодавства під час монополізації ринку, використовуючи різні зв’язки між підприємствами.

В економіках різних країн є безліч прикладів існування “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур. Наприклад, в Японії після Другої Світової війни монополістичні підприємства, так звані “дзайбацу”, згідно з Антимонопольним законодавством були поділені на велику кількість підприємств. Але, використовуючи взаємне фінансування та взаємний обмін акціями, цільове банківське фінансування, укладаючи взаємні угоди, координуючи діяльність тощо, монополістичні підприємства були зовнішньо відновлені з одночасною повною зміною внутрішньої структури цих підприємств порівняно з колишніми “дзайбацу”. Фактично відбулося створення “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур. У фаховій

економічній літературі, присвяченій відновленню колишніх “дзайбацу” (написаною переважно японськими фахівцями), ці нові монополістичні підприємства отримали назву “кейрецу”. Тепер більшість японських фахівців наголошує лише на зменшенні контролю та координації в “кейрецу” порівняно з колишніми “дзайбацу” [4, с.23–24].

Наслідки створення та існування “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур є майже такими самими, як і при існуванні на ринку монополіста, з тою лише різницею, що координація в “прихованій” інтеграційній структурі та контроль за ринком є значно меншими. Відповідно вплив монополіста на ринок, на інші підприємства та споживачів значно менший. Але, загалом, негативні наслідки монополізації ринку зберігаються.

Хочу звернути увагу на різницю між “прихованими” інтеграційними виробничо-господарськими структурами та іншими об’єднаннями, такими як асоціації, корпорації тощо. Принципова різниця полягає в меті створення — “приховані” інтеграційні структури створюються для уникнення Антимонопольного законодавства, для значного посилення своїх позицій на ринку. Тому дві асоціації, однакові за внутрішньою ознакою (обидві ідентифікуються як “асоціації”), можуть бути абсолютно різними за зовнішньою ознакою (за виконуваними функціями та метою створення). Термін “прихована” інтеграційна виробничо-господарська структура” належить до зовнішніх ознак об’єднання.

Сьогодні в економіках багатьох країн існують “приховані” інтеграційні виробничо-господарські структури, що досить успішно реалізують свою головну мету — монополізувати ринок або суттєво впливати на нього.

Дослідження “прихованих” інтеграційних структур є на досить низькому рівні. Часто в підручниках з економіки та інших економічних фахових книжках автори описують наслідки існування “прихованих” інтеграційних структур, розглядають теми уникнення певними підприємствами Антимонопольного законодавства, але не дають теоретичного пояснення існування цих “прихованих” інтеграційних структур, обмежуючись лише описом історичних фактів.

Дослідження “прихованих” інтеграційних структур дозволить відслідковувати їх в економіці, проводити їх дійсне розділення та сприяти конкуренції в державі.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Стаття містить викладене автором власне бачення проблеми монополізації ринку великими підприємствами, уникнення Антимонопольного законодавства, створення “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур, використовуючи різні форми зв’язків між підприємствами.

Вперше введено та запропоновано визначення поняття “приховані” інтеграційні виробничо-господарські структури”, як важливого елементу в процесі монополізації ринку великим підприємством або підприємствами. Також автор наводить різні способи створення “прихованих” інтеграційних структур, особливості внутрішньої організації та діяльності цих структур.

У майбутньому це надасть можливість автору розробити методiku відслідковування цих “прихованих” інтеграційних виробничо-господарських структур, розробити рекомендації щодо вдосконалення Антимонопольного законодавства тощо.

1. Кемпбелл Р. Макконнелл, Стенлі Л. Брю Аналітична економія: принципи, проблеми і політика. Ч. 1. Макроекономіка. Тринадцять видання. Львів, Видавнича спілка “Просвіта”, 1997. – 672 с.
2. Международный менеджмент / Под ред. Пивоварова С. Э., Тарасевича Л. С., Майзеля А. И. – СПб: Питер, 2001. – 576 с. (Серия «Учебники для вузов»).
3. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной компании): Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 288с.
4. Бюлетень посольства Японії в Україні №3 — К.: Видавництво гуманіторної літератури “Абрис”, 1995 — 44 с.