

Цінова дискримінація в сучасній Україні

Юсіфлі Б.Т., студент ННІПП НАВС

Науковий керівник: кандидат юридичних наук *Тищенко Ю.В.*

Цінова дискримінація - це встановлення різних цін на один і той же товар за умови, що різниця у цінах не пов'язана з витратами. Зміст дискримінаційної поведінки полягає в тому, щоб використати всі можливості визначення максимальної ціни на кожну одиницю товару. Це означає, що дискримінації може підлягати як один покупець, наприклад, в залежності від кількості товару,

що придбається, так і різні покупці [2]. Ціни реальних угод відрізняються одна від іншої через наявність різних умов договорів (страхування, пакування, додатковий сервіс, комплектація тощо).

Постановка питання про цінову дискримінацію припускає досить високий ступінь розвитку ринкових відносин. Разові, випадкові угоди між різними покупцями і продавцями завжди укладалися за різними цінами. Лише згодом виникають умови для формування єдиної ціни на товарному ринку. Виходячи з цього, можна зазначити, що основною причиною вирівнювання цін є конкуренція. Конкурують між собою всі учасники ринку, і, якщо кожний із них залежить від іншого, то вони змушені домовлятися. В результаті саме життя змушує вести торгівлю за приблизно однаковими цінами.

Цінова дискримінація виникає на основі реальних протиріч ринкового механізму. Одна з особливостей його функціонування - це приведення всіх індивідуальних оцінок і можливостей до єдиного усередненого рівня. На ринку усі рівні. Але загальна крива попиту відображає сукупність різних індивідуальних цін споживачів при різних бюджетних можливостях. Це означає, що при єдиній ринковій ціні завжди є покупці, які готові заплатити більше за однакову кількість товару [1].

Цінова дискримінація може відбутись за декількох умов:

- 1) якщо продавець володіє досить високим рівнем монопольної влади, яка забезпечує йому контроль над виробництвом і цінами;
- 2) якщо є можливість сегментації ринку, тобто розподілу покупців на різні групи, які мають різну еластичність попиту за ціною;
- 3) якщо той, хто купує товар дешевше, не може потім його перепродати дорожче.

Поняття цінової дискримінації було введене в економічну теорію англійським економістом Пігу. Він запропонував три види цінової дискримінації: досконалий, другого ступеня та третього ступеня.

При досконалій ціновій дискримінації ціна кожної одиниці продукції встановлюється на рівні ціни попиту саме цієї одиниці, в результаті чого весь споживчий надлишок привласнюється монополістом, який у випадку простої, недискримінуючої монополії належав би покупцям.

Цінова дискримінація другого ступеня існує тоді, коли ціни продукції однакові для всіх покупців, але відрізняються в залежності від обсягу покупки так, що зв'язок між загальною виручкою монополіста стає нелінійним. Цінова дискримінація другого ступеня існує через те, що продавець не може визначити платоспроможність покупців (еластичність попиту). Тому він пропонує кожному однакову структуру цін, надаючи можливість самому покупцю вибрати величину покупки і її специфічні умови [3].

Найбільш поширеною є цінова дискримінація третього ступеня, основою якої є не різниця між цінами попиту на окремі екземпляри товару, а розподіл самих покупців на групи, для кожної із яких встановлюється своя ціна реалізації.

В перехідний період наведені приклади цінової дискримінації особливо актуальні, адже доходи громадян дуже відрізняються. Застосування цінової дискримінації дозволяє користуватися більшої кількості споживачів певними товарами та послугами за рахунок помірної абонементної плати, ті ж, хто має кошти, сплачують за користування послугами більшу плату.

На нашу думку, діяльність монополій підсилює диференціацію доходів, і це може викликати певні соціально-політичні конфлікти. І саме тому в країнах застосовується антимонопольне законодавство, діяльність якого спрямована проти всіх форм монопольної влади. Орієнтована на ринок цінова політика

залежить в значній мірі від того, який ринок - досконало конкурентний, чи недосконало конкурентний. Монополія на досконало конкурентному ринку в ринковій економіці відсутня. Рух товарів в даній ринковій структурі в Україні обмежується монополізмом, шляхом концентрації оптової сфери. Існують державні і муніципальні перепони для входження на ринок, обмеження торгової націнки, рекет та дії мафіозних угруповань. Однією з головних проблем української економіки є так звані природні монополії - у житлово-комунальному господарстві, на транспорті, у сфері зв'язку. Створення конкуренції в галузях, де вони існують, вимагає величезних витрат.

З урахуванням вищесказаного, можна зробити висновок, що український ринок в перехідний період характеризується високою монополізацією ринку з виробництва товарів і послуг. Наведене зумовлює активізацію ефективного застосування антимонопольного законодавства України та підвищення відповідальності в цій сфері.

Список використаних джерел:

1. Козій М., Новак А. Цінова дискримінація на ринках монополії, олігополії, та монополістичної конкуренції / М. Козій, А. Новак // Портал конференцій кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/2014/12/tsinova-diskriminatsiya-na-rinkah-monopoliyi-oligopoliyi-ta-monopolistichnoi-konkurentsii/>
2. Мілютін А. Є. Цінова дискримінація монополій / А. Є. Мілютін // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3191/1/Milutin.pdf>
3. Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение / Д.Н. Хайман. - М.,1992 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://studentbank.ru/view.php?id=62000>