

*Вертелєва О.О.,
студентка 4 курсу кафедри економічної кібернетики
Київського національного університету ім. Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна*

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ІГОР

Моделювання поведінки фірм на ринку олігополії засноване на теорії ігор – теорії, пов'язаній з прийняттям рішень та розробкою стратегій конкурентної поведінки, в якій широко застосовуються математичні методи та моделі. Рівноважний розв'язок гри, за якого стратегія кожного гравця, з урахуванням стратегій, обраних іншими, забезпечує йому максимально можливий виграш, має назву «рівновага Неша». Прикладами поведінки фірм на основі моделей теорії ігор є модель Курно, Штакельберга, модель цінового лідерства та інші. Дані моделі мали велике значення для практики антимонопольного регулювання, зокрема в країнах Західної Європи та Америки, оскільки завдяки їм багато фірм відстоювали свої права в суді щодо неузгодженості дій при встановленні монопольної ціни. Фірми добровільно і незалежно одна від одної приймали монопольні рішення, приходячи до рівноважних цін, що максимізують їх прибуток на основі свідомого паралелізму.

Актуальним і перспективним є застосування теорії ігор для аналізу ціноутворення на окремих вітчизняних ринках з метою виявлення дій суб'єктів господарювання, які перешкоджають розвитку конкурентного середовища, дають змогу кільком підприємствам реалізувати монопольну владу та отримувати монопольні прибутки, що породжує товарний дефіцит, зниження ефективності господарювання та інші негативні наслідки як для окремого споживача, так і для економіки країни в цілому.

У результаті аналізу конкурентоспроможності українських ринків було виявлено наступні тенденції. На початок 2011 року в Україні спостерігалася позитивна динаміка структурних передумов конкуренції в національній економіці порівняно з попереднім роком. Рівень монополізації на початок 2011 року, порівняно з 2010 роком, зменшився у 29 галузях. Сьогодні в Україні майже половина продукції (49,8%) реалізується суб'єктами господарювання, що діють на ринках, де структурні обмеження конкуренції відсутні. Та все ж, на початок 2011 року на ринках України, де структурні передумови конкуренції повністю відсутні, було реалізовано 7,2% продукції, на ринках з домінуванням однієї фірми – 27,6, на олігопольних ринках - 15,4.

Найбільш конкурентними є ринки торгівлі і посередницьких послуг та агропромислового комплексу. Найбільш монополізованими залишаються окремі галузі паливно-енергетичного комплексу, житлово-комунального господарства, транспортної галузі та галузі зв'язку. Насамперед це сфери природних монополій.

Що ж стосується українського ринку авіаперевезень, то тут склалась дуополія. Група компаній «Українська авіаційна група», до складу якої відносяться такі авіакомпанії як «Аеросвіт», «Дніпроавіа», «Донбасаеро» та «Роза вітрів», виступає лідером на ринку, задовольняючи 60,6% попиту, а компанія «Міжнародні авіалінії України» - послідовником, задовольняючи 29,48% попиту. Компанії могли досягти встановлення монопольної ціни на ринку, домовившись про розподіл часток ринку, або прийти до рівноважної ціни на основі свідомого паралелізму.

У результаті розрахунків було встановлено, що коефіцієнт концентрації ринку для трьох найбільших підприємств рівний 68,42%, а індекс Херфіндала-Хіршмана рівний 1916,7. Робимо висновок, що вітчизняний ринок авіаційних перевезень є помірно концентрованим.

Відповідно до українського законодавства даний ринок є ринком з ознаками «жорсткої» олігополії, адже частка трьох найбільших підприємств перевищує 50%.

На основі даних щодо динаміки цін на авіаквитки та обсягів попиту на українському ринку авіаперевезень за 2006 - 2011 рр. було побудовано економетричну модель та виявлено наступну залежність: $P = 65,02035 - 0,00624 \cdot Q$, де P - середня вартість 100 км перельоту, євро; Q - кількість пасажирів, що виступатимуть на ринку з попитом на авіаквитки, тисяч осіб.

Відповідно до моделі дуополії Штакельберга оптимальним обсягом пропозиції для «Української авіаційної групи», що виступає лідером на ринку, буде 5209,96 тис. авіаквитків на

рік або 66,7% ринку. Решту 33,3% попиту задовольнятиме компанія «Міжнародні авіалінії України». Отриманий результат є дуже близьким до реального стану українського ринку авіаперевезень. З результатів розрахунків бачимо, що на ринку встановилась ціна, яка є дуже близькою до монопольної (щоб максимізувати прибуток, українським авіакомпаніям слід підвищити ціни на квитки в середньому на 1,27%).

Для порівняння, у Німеччині середня вартість польоту у розрахунку на 100 км становить близько 11 євро. В Україні даний показник майже вдвічі більший і становить 21,4 євро. Порівняно з країнами Європи, де цивільна авіація є мабуть основним та найдешевшим видом пересування і квиток в межах Євразії коштує від 1 до 45 євро, в Україні вартість квитка на внутрішніх лініях в одному напрямку може досягати від 150 до 500 доларів в залежності від класу салону літака.

Зазначимо, що застосовані у роботі моделі є дещо спрощеними, адже відповідно до них аналізувались дані лише стосовно середнього рівня цін на авіаквитки. Крім того при визначенні функції попиту враховувався лише ціновий фактор. Попри це використані моделі дали змогу виявити, що ціни на авіаквитки на українському ринку є дуже близькими до монопольних та штучно завищеними.

Отже, український ринок авіаперевезень потребує вжиття заходів державного регулювання, направлених на створення ефективного конкурентного середовища та забезпечення умов для входження на ринок нових конкурентоздатних іноземних та вітчизняних авіакомпаній, як класичного типу так і бюджетних, що суттєво вплине на вартість перевезень та якість обслуговування, наслідком чого дійсно буде реальне задоволення потреб, у першу чергу, українських пасажирів.

Література: 1. Theory of Games and Economic Behavior / John Von Neumann and Oskar Morgenstern: [Electronic resources]. – Access mode: <http://jmvidal.cse.sc.edu/library/neumann44a.pdf> 2. Мікроекономіка [Текст]: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К.: Знання, 2008. – 679 с. 3. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2006 – 2011 роки: [Електрон.ресурс]. – Режим доступу: <http://avia.gov.ua/>

Височин І.В.,

*к.е.н., доцент, докторант кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ,
м. Київ, Україна*

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

На сьогодні внутрішня торгівля України продовжує характеризуватися достатньо високими темпами зростання і залишається видом діяльності, де зайнята третина усього працездатного населення країни. Швидке зростання обсягів оптового і роздрібного товарообороту супроводжується активізацією діяльності різних типів торговельних об'єктів, які здебільшого зосереджуються на екстенсивному нарощуванні торговельних площ шляхом формування мереж та їх поширення у регіони.

Подібне зростання переважним чином відбувається ситуативно і безсистемно, при відсутності чіткого визначення стратегічних пріоритетів розвитку сфери внутрішньої торгівлі, що суттєво підвищує ризики непрозорості фінансово-господарської діяльності, переважання неформальних норм і правил, розширення можливостей для провадження тіньової діяльності і подвійних стандартів.

Бачення торгівлі як одного з локомотивів зростання економіки України обумовило розуміння необхідності стимулювання розвитку даної сфери діяльності з боку держави. Регулювання внутрішньої торгівлі в Україні характеризується низьким ступенем втручання з боку держави: невтручання у процес взаємодії виробників і торговельних мереж; відсутність механізмів захисту внутрішнього ринку від експансії іноземних компаній; відсутність цінового контролю по більшості товарних позицій; відсутність уваги до питань підготовки кадрів; відсутність регулювання оптової торгівлі і посередницької діяльності у сфері торгівлі тощо.

Необхідним базисом розвитку цивілізованої внутрішньої торгівлі в Україні у перспективі є вдосконалення правового забезпечення функціонування внутрішнього ринку, розширення