

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www. economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 8, 2020 | 27.08.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.8.56](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.8.56)

УДК 339.13.012.434

П. І. Островерх,
к. е. н., професор, завідувач кафедри економічної теорії,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID ID: 0000-0003-1909-8338

Т. П. Моряк,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID ID: 0000-0001-9337-982X

Н. А. Рудковська,
магістр економіки (бізнес-економіка),
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
ORCID ID: 0000-0002-5877-918X

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РІВНЯ МОНОПОЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

P. Ostroverkh
PhD in Economics, Professor, Head of the Department of Economic Theory,
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine

T. Moryak
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economic Theory,
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine

N. Rudkovska
Master of Economics (Business economics),
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine

METHODOLOGICAL ASPECTS OF ASSESSING THE LEVEL OF MONOPOLIZATION OF ECONOMY

Стаття присвячена методологічним засадам оцінки рівня монополізації економіки. Обґрунтовано доцільність його аналізу через призму монополізації окремих галузевих ринків та питомої ваги цих ринків у структурі національної економіки. Виокремлено та проаналізовано ключові показники, необхідні для окреслення товарних і локальних меж галузевого ринку, а також чіткої ідентифікації його учасників. Акцентовано на причинно-наслідковому зв'язку між рівнем концентрації і монополізації ринку, а також здійснено критичний аналіз основних вимірників ринкової концентрації. Охарактеризовано якісні та кількісні ознаки ринкової влади фірми у комплексі індикаторів рівня монополізованості галузевого ринку. Вибір оптимального інструментарію антимонопольного регулювання галузевого ринку запропоновано здійснювати з огляду на рівень фактичної та потенційної його монополізації. Окреслено інституційні та економічні чинники потенційної монополізації галузевого ринку.

The article is devoted to the methodological principles of assessing the level of monopolization of economy. The aim of the article is to systematize evaluation indicators, improve the methodology and develop a clear algorithm for determining the level of monopolization of economy based on the degree of concentration of its individual industrial markets and the size of market power of their economic entities.

The expediency of the analysis of the national economy monopolization through the prism of the monopolization of its individual industrial markets and the share of these markets in the structure of the economic system of the country is justified. The key indicators necessary for delineation of product and local boundaries of the industrial market, and also for accurate identification of its main participants are highlighted and analyzed. Based on the relevant conceptual-categorical analysis, the concepts of monopoly, monopolized and concentrated market were distinguished.

Emphasizing on the causal relationship between the level of concentration and market monopolization a critical analysis of the main market concentration indicators was conducted. In order to objectively assess the concentration of the industrial market, the need to use a comprehensive system of indicators calculated on the basis of both market shares of all its agents and the level of differentiation of these shares, taking into account the ranking of firms by size.

The amount of market power of a business entity is determined by assessing its profitability, as well as the ability to influence the market mechanism, in particular the parameters of market equilibrium, in order to maximize economic profits or implement other economic interests. Qualitative and quantitative signs of market power of the firm in the set of indicators of the level of monopolization of the industrial market are characterized. The choice of the optimal tools for antimonopoly regulation of the industrial market is proposed to be carried out taking into account the level of its actual and potential monopolization. The main institutional and economic factors of potential monopolization of the industrial market are outlined.

Ключові слова: галузевий ринок; монополізований ринок; монополізація; конкуренція; концентрація; ринкова влада; домінуюче становище; ринкова частка.

Key words: industrial market; monopolized market; monopolization; competition; concentration; market power; dominant position; market share.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Перманентна активізація процесів концентрації та монополізації виробництва упродовж останніх десятиліть є невід’ємним атрибутом практично усіх сучасних моделей економічних систем. Зростання нерівності у розподілі ринкових часток фірм спостерігається як у межах окремої національної економіки, так і у масштабі світового ринку.

Обумовлені комплексом економічних та інституційних факторів, різноманітні стратегії розширення масштабів бізнесу, захоплення та/чи посилення ринкової влади окремими агентами ринку трансформують та спотворюють ключові соціально-економічні параметри функціонування економіки. Деструктивний вплив на розподіл/перерозподіл ресурсів і доходів у суспільстві, кількість та якість продукції, інфляційний тиск на ціни, деформація структури відносних цін тощо фокусують увагу науковців та практиків на проблемах монополізації ринку у контексті об’єктивних вимірників та допустимого її рівня, системоутворюючих чинниках, а, відтак, вибору ефективних інструментів та механізмів державної конкурентної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам монополізації ринку, зокрема теоретичним вимірникам та емпіричній оцінці рівня концентрації та монопольної влади на різних ринках, окремим інструментам її державного регулювання, впливу діяльності фірм-монополістів на внутрішню ефективність та конкурентоспроможність економіки на світових ринках присвячені численні праці як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема Ігнатюк А.І., Карпенко Н.М., Кирилюка А.О., Кузьменко Л.Г., Припути Н.В., Филюк Г.М., Авдашевої С.В., Вураса А.Д., Демзеця Г., Коуза Р, Норта Д, Стіглера Дж., Тремблея В., Робінсон Дж., Розанової Н.М., Тіроля Ж., Федорової А.Ю., Чарча Дж. та ін. Віддаючи належне науковим напрацюванням вчених, зауважимо, що і далі актуальними та дебатованими залишаються питання вибору оптимальних інструментів оцінки як монополізації економіки загалом, так і її окремих ринків, а також виявлення монопольної влади суб’єктів, що діють на ньому.

Мета статті. Метою статті є систематизація показників оцінки, удосконалення методології та розроблення чіткого алгоритму визначення рівня монополізації економіки, зокрема через призму ступеня концентрації її окремих галузевих ринків та величини ринкової влади їх господарюючих суб’єктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи ефективність конкурентних відносин в межах усієї господарської системи країни, оперують поняттям монополізації економіки. Оскільки національна

економіка є сукупністю різних видів окремих ринків чи галузей, то рівень її монополізації, вочевидь, матиме вигляд агрегованого показника, обчисленого на підставі питомої ваги її монополізованих структурних одиниць, а також ступеня їх концентрованості (монополізованості).

Охоплення підприємств з домінуючим становищем межами конкретного ринку чи галузі може спотворювати рівень монополізації економіки, завищуючи чи занижуючи ринкову владу відповідних фірм. Так, підприємства з монопольним становищем в одній галузі можуть реалізовувати продукцію на різних ринках, тобто виробляти товари, які не є замінюваними у споживанні, розпоршуючи свою ринкову владу. Відтак, видається доцільним, аналіз рівня монополізації економіки здійснювати через призму монополізації не її галузей, а окремих галузевих ринків. Окрім того, сучасні економічні системи є, як правило, відкритого типу, за якого на ринку певної країни продають товари вироблені в галузях економіки інших країн, а частину продукції галузей національної економіки експортують і реалізують на зовнішніх ринках за цінами, відмінними від цін продукції на національному ринку. Глобалізаційні процеси, відповідно, виступають важливим чинником, який необхідно враховувати як при окресленні об'єкта, так і при виборі інструментарію оцінки монополізації економіки.

Поняття «ринку», «галузі» та «галузевого ринку» не є тотожними, а різняться обсягом охоплення споживачів та виробників на ринку. Ринок об'єднує продавців і покупців товарів-субститутів, тоді як галузь репрезентує виробників, які продукують товари, подекуди зовсім незалежні, проте охопленні єдиним технологічним процесом. Теорія галузевих ринків визначає останній як синтетичну категорію, що представлена фірмами, об'єднаними випуском взаємозамінюваних товарів, які водночас конкурують за право реалізовувати ці товари ширшому колу споживачів [89, с.8].

Методологія дослідження стану/процесу монополізованого/монополізації галузевого ринку повинна передусім базуватися на чіткості відповідного понятійно-категоріального апарату, зокрема, співвідношенні понять монопольний, монополізований, концентрований галузевий ринок, а також монополізації галузевого ринку.

Монопольний ринок (ринок чистої монополії) характеризується єдиним продавцем, який продає унікальний продукт та концентрує у своїх руках всю ринкову владу, і, передусім, над ціною товару. Ідеальні ринкові структури, зокрема моделі досконалої конкуренції та чистої монополії, описані теоретиками аналітичної економіки, рідко зустрічаються у реальній економіці, проте вони дають опис того «як повинен, або не повинен» функціонувати ринок. Один з фундаторів інституційного напрямку економічного аналізу Рональд Коуз у своїй праці «Економіка організації галузі: програма досліджень» описує організацію галузі як господарську діяльність, що поділена між фірмами, які різняться за розмірами [6].

Досліджуючи ж емпірику функціонування реальних висококонцентрованих ринкових структур, послуговуються моделлю монополізованого ринку, яка описує не класичну монополію, а ринок, на якому істотна диференціація в розподілі часток надає окремим фірмам певні важелі впливу на ключові параметри функціонування ринку, тобто монопольну/ринкову владу. Лауреат Нобелівської премії з економіки у царині досліджень галузевих структур, функціонування ринків, причин та наслідків їх державного регулювання Дж. Стіглер зазначав, що традиційно економічна теорія трактувала монополію як діяльність однієї фірми, а конкуренцією вважалось наявність хоча б кількох суперників. З розвитком теорії досконалої конкуренції, стало зрозуміло, що для конкурентних умов на ринку необхідна присутність численної кількості фірм, а ринкову владу може мати не лише єдиний монополіст, але й кілька фірм, особливо у випадку змови [17].

Господарський кодекс України визнає монопольним становище суб'єкта господарювання, домінуюча позиція якого дає йому можливість самостійно або разом з іншими суб'єктами обмежувати конкуренцію на ринку певного товару [1].

Стаття 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» конкретизує граничний розмір ринкової частки, яка, за наявності певних умов, забезпечує суб'єкту/суб'єктам монопольне становище на ринку: 35% – для одного суб'єкта; 50% – сукупна частка не більше як для трьох, 70% ринку належить не більше як семи учасникам ринку [2].

Відповідно монополізація ринку є процесом, який законодавство України, дефініціює як досягнення суб'єктом господарювання монопольного (домінуючого) становища на ринку товару, підтримання або посилення цього становища [2].

Домінуюче становище фірми обумовлене її ринковою часткою, тому у більшості випадків високий рівень концентрації галузевого ринку виступає необхідною умовою його монополізованості. Професор Гарвардського університету Е. Мейсон у своїй статті «Цінова та виробнича політика великого підприємства» (1939р.), яка стала однією з підвалин гарвардської парадигми «структура-поведінка-результативність» в аналізі галузевих ринків наголошував, що розмір фірми, передусім обсяг її закупівель і продаж відносно всього обсягу угод на даному ринку є одним з показників ступеня її контролю над ринком [8, с.15].

Тобто можна простежити чіткий причинно-наслідковий зв'язок між концентрацією та монополізацією галузевого ринку. Організація економічного співробітництва та розвитку визначає концентрацією ринку як міру/ступінь зосередження ринкових часток між невеликою кількістю фірм [15].

Відомий вітчизняний дослідник теоретичних та практичних аспектів функціонування галузевих ринків проф. Ігнатюк А.І. у концентрації ринку вбачає характеристику його структури, яка відображає відносну величину та кількість фірм, що пропонують продукцію [5, с.87].

Водночас концентрація може виступати і певним процесом, наслідком якого є збільшення ринкової частки та ринкової влади суб'єктів господарювання. Так, Антимонопольний комітет України під концентрацією

передбачає процес злиття або приєднання суб'єктів господарювання, набуття контролю одного суб'єктів господарювання над іншим, придбання чи одержання в управлінні часток (акцій, паїв), що забезпечує досягнення чи перевищення 25 або 50 відсотків голосів у вищому органі управління відповідного суб'єкта господарювання [4].

Однак, зростання економічної влади агентів галузевого ринку в результаті процесів концентрації не є безумовним свідченням його монополізації. Лише здобуття такого її ступеня, який дозволить фірмі контролювати чи істотно впливати на умови і наслідки конкурентних відносин, надаватиме галузевому ринку ознак монополізованості.

Об'єктивна оцінка рівня монополізації економіки, передусім, вимагає визначення максимально чітких товарних та локальних меж галузевого ринку. Товарні межі галузевого ринку визначають на основі ознак, які відображають здатність товарів замінювати один одного у споживанні. В теорії галузевих ринків відсутній усталений інструментарій визначення товарних меж галузевого ринку, проте можна виокремити низку показників, які дають змогу окреслити спектр товарів, трактованих споживачами як субститути.

Ще на початку 30-х років ХХ століття відомий англійський економіст Дж. Робінсон запропонувала наступне визначення ринку – «ринку включає однорідний товар і його замітники до того моменту, коли не буде знайдений різкий розрив у ланцюзі товарних субститутів» [9, с.57-59].

Ступінь взаємозамінюваності товарів оцінюють за допомогою показника перехресної еластичності попиту, який розраховується як відношення відносної зміни попиту на один товар до відносної зміни ціни іншого товару. Товари, здатні задовольнити одну і ту ж потребу споживачів, характеризуватимуться високим коефіцієнтом перехресної еластичності попиту, та можуть бути віднесені до одного ринку. Якщо перехресна еластичність попиту стає меншою відповідного порогового рівня – спостерігається розрив ланцюга взаємозамінюваних товарів, який дає підстави для проведення межі цього ринку. Задаючи різні значення перехресної еластичності, можна одержувати різні масштаби галузевого ринку.

Слабинами перехресної еластичності попиту у визначенні меж ринку є її істотна диференціація, обумовлена сезонним коливанням цін, зміною попиту під впливом моди, реклами тощо. Тобто виникає велика кількість градацій перехресної еластичності попиту, яка відображає значно ширший спектр ознак, ніж індивідуальних відмінностей товарів. Дебатованими також залишаються питання, який рівень перехресної еластичності слід вважати граничним для визначення меж ринку; наскільки близькими повинні бути товари-замінники, щоб їх можна було віднести до одного і того ж ринку.

Задля чіткішого окреслення товарних меж галузевого ринку доцільно послуговуватись також показниками зміни виторгу при зміні ціни товару та кореляції цін товарів у часі.

Показник виторгу при зміні ціни показує реакцію споживачів, а, відтак, і зміну виторгу виробників при зміні ціни товару. Зростання загального виторгу за збільшення ціни товару дає підстави для висновку, що ринок обмежений тільки цим товаром. За зменшення виторгу, логічним видається припущення про переорієнтацію споживачів на купівлю замітника, якого слід включити в межі ринку. Процес послідовного здійснення обрахунків триватиме доти, доки не будуть віднайдені та включені до галузевого ринку усі товари-субститути.

Дана методика ґрунтується на показнику цінової еластичності попиту. За відносно нееластичного попиту існує прямо пропорційний зв'язок між динамікою ціни товару та зміною виторгу виробників. За достатньо агрегованого визначення ринку попит на ньому повинен бути нееластичним, і зростання ціни товару призводитиме до збільшення виторгу виробників.

Перманентна позитивна кореляція руху цін товарів свідчить про те, що товари є стійкими субститутами, тобто формують один ринок. Показник базується на концепції перехресної еластичності попиту: якщо товари є близькими заміниками, то зростання ціни одного товару призводить до збільшення попиту на інший, і за інших рівних умов – до зростання його ціни.

Рівень монополізації галузевого ринку істотно диференціюватиметься залежно від його локальних меж. Так, на певному галузевому ринку, аналізованому в межах національної економіки, може функціонувати велика кількість господарюючих суб'єктів, надаючи йому конкурентні ознаки, тоді як в межах окремих населених пунктів може бути лише один чи кілька таких виробників, які, відповідно, володітимуть істотною ринковою владою.

Локальні межі галузевого ринку передбачають визначення території, за межами якої споживач не має змоги, або вважає ірраціональним здійснювати купівлю товару. Така ірраціональність, зазвичай, обумовлена тим, що для агрегованого споживача:

- витрати на добирання до альтернативного виробника/продавця товару (враховуючи альтернативну вартість витраченого часу, транспортні видатки тощо) перевищують його максимальну готовність платити за товар;
- відбувається істотна втрата споживчих якостей товару при його транспортуванні;
- технологічні особливості виробничого чи особистого споживання товару вимагають регулярної та тісної комунікації між його виробником/ продавцем і споживачем тощо.

Методика визначення товарних та локальних меж галузевого ринку повинна також враховувати рівень відкритості ринку, тобто можливість та інтенсивність діяльності на ньому іноземних конкурентів.

Окресливши товарні та локальні межі галузевого ринку можна перейти до наступного етапу визначення рівня його монополізації, а саме ідентифікації усіх його агентів. Очевидно, що наявність одного/незначної кількості покупців засвідчує їх високу щільність та концентрацію на ринку, забезпечуючи відповідний ступінь

ринкової влади. Однак, домінування покупців на ринку в реальній господарській практиці є настільки рідкісним явищем, що монополізацію ринку, зазвичай, досліджують через призму монопольного становища продавця.

Значення параметрів концентрації ринку залежатиме, серед іншого, від обрунтованості та повноти охоплення у рамках дослідження відповідних продавців (фірм-агентів), що можна виявити за допомогою показників спеціалізації та охоплення. Показник спеціалізації відображає ступінь спеціалізації фірм-агентів на виробництві певного товару, а, отже, обґрунтованість віднесення їх до тестованого галузевого ринку. Його розраховують як відношення обсягу продажу відповідного товару фірмами-агентами ринку до загального обсягу реалізації цих фірм.

Показник охоплення обчислюють як частку продажу певного товару фірмами, віднесеними до галузевого ринку, у загальному обсязі реалізації цього товару на галузевому ринку. Низьке його значення інформує про необхідність розширення кола фірм-агентів ринку.

Відповідно, вищі показники спеціалізації та охоплення забезпечуватимуть якісніші результати дослідження концентрації продавців на ринку. Якщо межі ринку визначені надто широко, і у нього включено фірми, які не є реальними конкурентами (низький показник спеціалізації), то показники концентрації будуть занижені, і, навпаки, визначення меж надто вузько, виключаючи значимих конкурентів (низький показник охоплення), зумовлюватиме завищення рівня монополізації ринку.

Ключовим етапом дослідження рівня монополізації галузевого ринку є обчислення показників концентрації суб'єктів господарювання на ньому. Хоча науковцями-теоретиками та практиками, антимонопольними організаціями напрацьовано широкий інструментарій оцінки концентрації ринку та ступеня монопольної влади на ньому, однак дискусії до їх застосування і вичерпної однозначності характеристик тривають і донині. Характеристику та критичний аналіз основних показників концентрації, які визначені в економічній теорії та застосовуються на практиці антимонопольними органами представлені у таблиці 1.

Таблиця 1.
Характеристика основних вимірників ступеня концентрації ринку

Назва	Формула	Суть	Порогові значення	Переваги	Недоліки
Порогова частка ринку	$S_i = \frac{Q_i}{\sum_{j=1}^n Q_j}$ <p>де S_i – ринкова частка і-ї фірми, Q_i – обсяг виробництва і-ї фірми $\sum_{j=1}^n Q_j$ – сумарний обсяг виробництва на галузевому ринку</p>	відображає частку продажу одного підприємства а ГР у загальному обсязі реалізації на даному ГР	35% – для одного суб'єкта; 50% – сукупна частка не більше як для трьох; 70% – належить не більше як семи учасникам ринку	простота обчислення та інтерпретації	не характеризує загальну структуру ринку даного товару
Коефіцієнт концентрації	$CR = \sum_{i=1}^n S_i$	сума ринкових часток найбільших фірм, що діють на ринку	I вид – це ринки з низьким рівнем концентрації, стан на яких характеризується значенням меж зазначених вище індексів: CR < 45%; HHI < 1000; II вид – це ринки з поміркованим рівнем концентрації, з характеристиками коефіцієнтів: 45% < CR < 70%; 1000 < HHI < 1800;		- ігнорує розподіл часток фірм, які не потрапили у вибірку; - не інформує про відносну величину фірм з вибірки - не враховують частку ринку, що забезпечується імпортом
Індекс Герфіндаля-Гіршмана	$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$	сума квадратів часток усіх фірм, що діють на галузевому ринку	м рівнем концентрації, з характеристиками коефіцієнтів: 45% < CR < 70%; 1000 < HHI < 1800;	характеризує розподіл ринкової влади між усіма суб'єктами даного ринку	для точного розрахунку необхідно знати ринкові частки усіх виробників даного

Назва	Формула	Суть	Порогові значення	Переваги	Недоліки
			III вид – це ринки з високим рівнем концентрації, зі значенням коефіцієнтів: $70\% < CR < 100\%$; $1800 < HHI < 10000$.		товару, що за великої їх кількості не завжди можливо»
Коефіцієнт Лінда	для двох фірм-лідерів ринку $L = \frac{S_1}{S_2} \cdot 100\%$ для трьох фірм-лідерів ринку $L = \frac{1}{2} \left[\frac{S_1}{(S_2 + S_3) \div 2} + \frac{(S_1 + S_2) \div 2}{S_3} \right]$	показує відсоткове співвідношення ринкових часток суб'єктів господарювання	розраховується між найбільшими підприємствами до моменту безперервності показника	виявлення суб'єктів господарювання, які є ключовими постачальниками на ринку та можуть мати монопольну владу	не враховує загальної ситуації на ринку, оскільки не бере до розрахунку дрібніших постачальників
Дисперсія ринкових часток δ^2	$\delta^2 = \frac{1}{n} \sum (S_i - \bar{S})^2$, де \bar{S} - середня ринкова частка	характеризує нерівність розміру фірм у галузі	що вище значення даного показника, то більша нерівність у розподілі часток фірм, а отже, вищий рівень концентрації ринку	застосовують для оцінки нерівностей у розмірах фірм	показують загальну ситуацію на ринку щодо нерівномірності розподілу ринкових часток фірм, не враховуючи відносні розміри фірм щодо розміру ринку
Коефіцієнт варіації	$V = \frac{\delta}{\bar{S}} * 100\%$	показує наскільки в середньому відхиляються індивідуальні значення ознаки (розмір фірми) від її середньої величини на ринку	Слабе варіювання, якщо $V < 10\%$. $11\% < V < 25\%$ – середнє варіювання; $V > 25\%$ – значне варіювання.	оцінює міру розкиду в розподілі ринкових часток фірм	
Індекс ентропії	$E = \sum_{i=1}^n S_i \ln\left(\frac{1}{S_i}\right)$	вимірює ступінь диференціації продукту та показує ступінь хаотичності на ринку	0 – чиста монополія (споживачі купують продукт в одного виробника, ступінь диференціації максимальний), 1 – досконала конкуренція (споживачі купують продукт у різних виробників рівномірно). Що	дозволяє дослідити невпорядкованість (нерівномірність) розподілу часток суб'єктів	

Назва	Формула	Суть	Порогові значення	Переваги	Недоліки
			більшим є ступінь невизначеності на ринку, то конкурентнішим є ринок		
Коефіцієнт Джині (та крива Лоренца)	$G = \frac{2 \sum_{i=1}^n i S_i}{n \sum_{i=1}^n S_i} - \frac{n+1}{n}$	коефіцієнт Джині (обчислюється на підставі кривої Лоренца, яка є графічним зображенням зв'язку між часткою ринку і процентом фірм, підрахованих наростаючим підсумком від менших до більших.	0 – досконала конкуренція, 1 – чиста монополія	дозволяють графічно зобразити та оцінити ступінь нерівномірності розподілу ринкових часток	-для графічної інтерпретації та обрахунку потрібно знати частки усіх фірм у галузі, в тому числі найдрібніших - не враховують значення часток окремих фірм, а узагальнюють рівень концентрації ринку
Коефіцієнт Холла-Тайдмана <i>HT</i>	$HT = \frac{1}{2(\sum S_i R_i) - 1}$ <p>R_i - ранг i-ї фірми</p>	співставляє відносні ранги фірм на ринку, характеризує їх частки	найбільшій фірмі присвоюють ранг, що дорівнює 1, а іншим по наростаючій; 0 – ринок досколатої конкуренції, 1 – чиста монополія	застосовують для оцінки нерівностей у розмірах фірм	складність, пов'язана із визначенням рангів

Складено на основі: [2; 7, с.59-62; 13, с.427-429, 14, с.154-156; 16, с.117-125; 18 с.181-183].

Порогові значення аналізованих індексів можуть варіюватися залежно від особливостей галузі. Узагальнені висновки з розрахунку системи показників дозволять інтерпретувати отримані результати з більшою точністю, ніж за використання лише одного чи кількох індексів.

Ключові обмеження, що постають при проведенні дослідження галузевого ринку, пов'язані неповнотою статистичної інформації, необхідної для точного обрахунку ринкової частки усіх суб'єктів. Вирішення проблеми вбачається окремими дослідниками у застосуванні підходу, заснованого на «законі великих чисел», який дає змогу зберігати точність та правильність розрахунків показників концентрації та монополізації ринку, не маючи достовірних даних про частки суб'єктів галузі. Це відбувається завдяки знаходженню емпіричної середньої скінченної вибірки із фіксованого розподілу, яка згідно цього закону, є близькою до математичного сподівання цього розподілу [10, с.89,92].

Як правило, монополізм пов'язаний з посилення ринкової концентрації, проте концентрований ринок не завжди є монополізованим. Очевидно, що основним чинником монополізації виступає можливість контролю над ринковим механізмом. Високий рівень концентрації, наприклад, характерний і для олігополістичного ринку, на якому присутні лише кілька великих фірм. Олігополісти з високою ймовірністю увійдуть у явну, чи приховану змову задля максимізації економічного прибутку. Однак, вони можуть вступити у жорстку конкурентну боротьбу (особливо гострою за умов реалізації однорідного продукту, чи за високого значення перехресної еластичності попиту), що в кінцевому підсумку позбавить олігополістів монополізації влади, а самому ринку надаватиме ознак досколато конкурентного (модель Бертрана).

Тому об'єктивна оцінка рівня монополізації галузевого ринку передбачатиме визначення не лише індексів його концентрації, а й ринкової влади діючих на ньому фірм. Ринкову владу можна охарактеризувати як здатність суб'єкта господарювання впливати на дію ринкового механізму, зокрема на параметри ринкової

рівноваги, з метою максимізації економічного прибутку чи реалізації інших економічних інтересів. Визначаючи наявність та ступінь ринкової влади фірм, порівнюють відхилення основних параметрів ринку від ідеалу конкурентних умов. За недосконало конкурентного ринку не досягається ні розподільна, ні виробнича ефективність, адже фірма максимізує свій прибуток і реалізує продукцію за ціною, що перевищує середні та граничні витрати. Що більшим є відхилення ціни від граничних витрат виробництва, тим більшою владою на ринку володіє фірма. Як наслідок, ринок стає менш конкурентним, а суспільство несе чисті втрати добробуту.

Оскільки ринкова влада фірми знаходить своє відображення і у величині одержуваного прибутку, то її ступінь також, тією чи іншою мірою, пов'язують із оцінкою прибутковості фірми. Концептуальна обґрунтованість використання норми прибутку як індикатора ринкової влади фірми впливає також з постулату про вирівнювання конкурентними ринками рівня віддачі серед галузей. Високий рівень віддачі на власний капітал стимулює зростання обсягів виробництва на конкурентних ринках (модель парадоксу прибутку), а, відповідно, може бути підтримуваний лише за наявності ринкової влади. Основні кількісні вимірники ринкової влади фірми наведено у таблиці 2.

Таблиця 2.
Кількісні вимірники ринкової влади фірми

Назва	Формула	Суть	Порогові значення
Коефіцієнт Бейна	$K_B = \frac{БП - НП}{ВК}, де$ <i>БП</i> - балансовий прибуток фірми, <i>НП</i> - нормальний прибуток, <i>ВК</i> -власний капітал фірми	визначає норму економічного прибутку фірми на одиницю її інвестованого капіталу	0 – досконала конкуренція, 1 – чиста монополія
Індекс Лернера	$L = \frac{P - MC}{P}$	показує міру перевищення ціни на продукт фірми над його граничними витратами	
Коефіцієнт Тобіна	$q = \frac{MV}{RA}, де$ <i>MV</i> – ринкова вартість функціонуючого капіталу, <i>RA</i> - відновна вартість функціонуючого капіталу	один із інструментів інвестиційної при-вабливості компанії, показує співвідношення вартості активів компанії на ринку цінних паперів до їх відновлюваної вартості	> 1 - свідчить про наявність у фірми ринкової влади, здатної принести в майбутньому економічний прибуток.
Індекс Папандреу	$I_P = \lambda_i \frac{\partial Q_{di}}{\partial P_j} \frac{P_j}{Q_{di}}, де$ λ_i - коефіцієнт обмеженості виробничих потужностей конкурентів, вимірний як відношення потенційного збільшення обсягу виробництва до зростання величини попиту на їх товар, спричиненого зниженням ціни; Q_{di} – величина попиту на продукцію фірми з ринковою владою; P_j - ціна конкурента.	використовуючи концепцію перехресної еластичності попиту на товар, що випускається конкретною фірмою, показує, наскільки зменшиться її обсяг продажів, якщо конкурент зменшить ціну на один відсоток, враховуючи при цьому можливість конкурента задовольнити додатковий обсяг попиту	чим вищим є значення індекса, тим меншою є монопольна влада окремих суб'єктів господарювання на ринку.
Коефіцієнт ринкової влади	$K = \frac{BV}{VA}, де$ <i>BV</i> – оцінка брендів фірми <i>VA</i> -оцінка матеріальних активів фірми	оскільки різниця між ціною й граничними витратами близька до ціни бренд-капіталу, відношення вартості бренду до матеріальних активів фірми дає змогу оцінити ринкову владу фірми на галузевому ринку.	чим вищим є значення коефіцієнта, тим сильнішою є ринкова влада фірми

Складено на основі: [7, с.67-70; 13, с.427-429, 16, с.117-125; 18 с.181-183].

Ступінь ринкової влади фірми може бути оцінений і через можливість визначати якісні конкурентні характеристики ринку, які знаходять своє відображення у її здатності:

1) обмежувати доступ на ринок потенційних конкурентів шляхом зведення цінових та нецінових стратегічних бар'єрів входу. Йдеться про реалізацію статичних та динамічних моделей ціноутворення, що обмежують вхід; укладення контрактів щодо довгострокового співробітництва з постачальниками ресурсів та каналами розподілу продукції; надмірне поглиблення диференціації продукту, інвестування у надлишкові виробничі потужності тощо.

2) обмежувати чи спотворювати поточні умови і принципи вільної конкуренції та свободи вибору, тобто вчиняти такі дії щодо умов виробництва та реалізації товарів, які були б неможливі за конкурентного ринку. Йдеться про обмеження доступу до закупівлі сировини, матеріалів та каналів збуту товарів; зменшення виробництва та/або постачання на ринок товарів з метою односторонньої користі; здійснення диференціації цін для різних груп покупців; нав'язування споживачеві особливих, невідгідних для нього, умов реалізації товару тощо.

Щодо конкуруючих господарюючих суб'єктів такі дії можуть призводити до істотного обмеження їх прибутковості, або ж взагалі повного витіснення з галузевого ринку, щодо споживачів – обумовлювати суттєве зменшення корисності від споживання відповідних товарів (послуг).

Оцінка конкурентних відносин на галузевому ринку, особливо у контексті вибору оптимального інструментарію антимонопольного регулювання, повинна також враховувати і ступінь потенційної монополізації ринку, тобто орієнтуватись не тільки на статистику, а й прогнозувати динаміку відповідних економічних процесів. Зокрема, брати до уваги:

- рівень інвестування фірм у надлишкові виробничі потужності, які за необхідності можуть бути задіяні, зумовивши істотне збільшення ринкових часток відповідних суб'єктів господарювання;

- динаміку і структуру платоспроможного попиту (тенденція до збільшення попиту послаблюватиме ринкову владу діючих на ринку фірм, зокрема результативність зведення цінових та нецінових стратегічних бар'єрів входу, і навпаки);

- інтенсивність НДДКР, динаміку рекламних витратків, наслідком яких є зміна мінімально ефективного обсягу виробництва, а, відтак, оптимального розміру фірм на даному галузевому ринку;

- трансформацію системи формальних та неформальних інституцій, які можуть обумовити збільшення/зменшення ринкової влади діючих на ринку фірм. Так, реалізація політики протекціонізму у сфері зовнішньоекономічних відносин посилюватиме ринкову владу вітчизняних фірм; ускладнення процедури державної реєстрації підприємницької діяльності, системи її ліцензування та патентування ускладнюватимуть вхід на даний ринок потенційних конкурентів, що закріплюватиме домінуюче становище діючих на ринку фірм; укладення домінуючою фірмою довгострокових контактів з постачальниками чи збутовими мережами, які містять дискримінаційні щодо вхідних чи інших діючих на ринку фірм положення, посилюватимуть ступінь монополізації ринку; активізація діяльності потужних лобістських груп на певному галузевому ринку спроможна домогтися вигідних для себе обмежень конкуренції тощо.

Висновки. Рівень монополізації економіки обумовлений рівнем монополізації окремих галузевих ринків та питомої ваги таких ринків у її структурі. Об'єктивна характеристика конкурентного середовища, передусім, передбачає якомога точніше окреслення товарних і локальних меж галузевого ринку, а також чітку ідентифікацію його господарюючих суб'єктів. Методологія оцінки монополізації галузевого ринку повинна базуватись на комплексній системі показників, обчислених як на основі ринкових часток усіх його агентів, так і рівня диференціації цих часток. Висновки, отримані на підставі якісної та кількісної інтерпретації індексів/коефіцієнтів концентрації галузевого ринку та аналізу соціально-економічних наслідків реалізації фірмами своєї ринкової влади, ймовірності потенційної монополізації ринку повинні виступати ключовими орієнтирами держави у проведенні ефективної конкурентної політики.

Список використаних джерел.

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003. № 436-IV (у редакції закону від 06.07.2020). – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2011. № 2210-III (у редакції закону від 13.02.2020). – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>

3. Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку: Розпорядження Антимонопольного комітету України від 05.03.2002. N 49-р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02>

4. Про затвердження Положення про порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про попереднє отримання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання (Положення про концентрацію): Розпорядження Антимонопольного комітету України від 19.02.2002. N 33-р. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-02#Text>

5. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2010. 465 с.

6. Коуз Р. Економіка організації галузі: програма досліджень. – URL: <http://ebib.pp.ua/ist-15--idz-ax261-nf-10.html>

7. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. 340с.

8. Мейсон Э. Ценовая и производственная политика крупного предприятия. *Вехи экономической мысли. Теория отраслевых рынков. Т.5.* СПб.: Экономическая школа, 2003. С.13-34. – URL: https://seinst.ru/files/vehi_5_002_mason_price-and-production-policies.pdf
9. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Издательство «Прогресс», 1986. 472 с.
10. Розумей С., Семідей К. Оцінювання стану конкуренції на ринку жиролійної продукції України. *Економічний аналіз.* 2019. Том 29. № 2. С. 87-94
11. Федорова А.Ю., Экономика отраслевых рынков: учебное пособие. СПб: Университет ИТМО, 2016. 89 с.
12. Филлок Г.М. Монопольна влада: природа та форми прояву. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2008. №101. С. 54–57.
13. Church J. Industrial organization: A strategic approach. University of Calgary, 2000. 926p. – URL: https://works.bepress.com/jeffrey_church/23/download/
14. Liston-Heyes C. International Business Economics. University of London, 2016. 321p.
15. Market concentration . – URL: <https://www.oecd.org/daf/competition/market-concentration.htm>
16. Suman Lata Dr. Industrial Economics. Alagappa University. Directorate of Distance Education, 2018. 286p.
17. Stigler G. Monopoly. – URL: <https://www.econlib.org/library/Enc/Monopoly.html>
18. Tremblay V., Tremblay C. New Perspectives on Industrial Organization with contributions from behavioral economics and game theory. Springer-Verlag New York, 2012. 820 p. – URL: <https://1lib.eu/book/2166435/1bab1b?regionChanged=&redirect=1429950>

References.

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), “The Commercial Code of Ukraine ” , available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (Accessed 29 July 2020)
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2011), Law of Ukraine “On protection of economic competition”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (Accessed 29 July 2020)
3. Antimonopoly Committee of Ukraine dated (2002), “Order of the Antimonopoly Committee of Ukraine of 05.03.2002. N 49-r “On approval of the Methodology for determining the monopoly (dominant) position of business entities on the market”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02> (Accessed 29 July 2020)
4. Antimonopoly Committee of Ukraine dated (2002), “Order of the Antimonopoly Committee of Ukraine dated 19.02.2002. N 33-r “On approval of the Regulations on the procedure for submitting applications to the Antimonopoly Committee of Ukraine on prior obtaining a permit for concentration of business entities (Regulations on concentration)”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-02#Text> (Accessed 29 July 2020)
5. Ignatiuk, A. I. (2010), *Haluzevi rynky: teoriia, praktyka, napriamy rehuliuвання* [Sectoral markets: theory, practice, areas of regulation], NSC IAE, Kyiv, Ukraine.
6. Coase, R., *Ekonomika orhanizatsii haluzi: prohrama doslidzhen'* [Economics of the organization: a research program], available at: <http://ebib.pp.ua/ist-15--idz-ax261--nf-10.html> (Accessed 29 July 2020)
7. Lebedev, O. T. (2009), *Ekonomika otraslevykh rynkov* [Economics of industrial markets], Izd-vo Politekhnicheskogo universiteta, Saint Petersburg, Russia.
8. Mason, E. (2003) “Price and production policy of a large enterprise“ in *Vekhi ekonomicheskoi mysli. Teoriia otraslevykh rynkov* [Milestones of economic thought. Theory of industry markets], (Vol. 5), Ekonomicheskaya shkola, Saint Petersburg, Russia, P.13-34, available at: https://seinst.ru/files/vehi_5_002_mason_price-and-production-policies.pdf (Accessed 29 July 2020)
9. Robinson, J. (1986), *Ekonomicheskaiia teoriia nesovershennoi konkurentssii* [The economics of imperfect competition], Publishing House "Progress", Moskow, Russia
10. Rozumei, S. and Semidey, K. (2019) “Assessment of competition in the market of oil products of Ukraine”, *Economic analysis*, vol. 29, No. 2. pp. 87–94.
11. Fedorova ,A. Y. (2016), *Ekonomika otraslevykh rynkov* [Economics of industrial markets], ITMO University, Saint Petersburg, Russia.
12. Filyuk, G. M. (2008) “Monopoly power: nature and forms of manifestation”, *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*, No. 101, pp. 54–57.
13. Church, J. (2000) *Industrial organization: A strategic approach*, University of Calgary, Canaga, available at: https://works.bepress.com/jeffrey_church/23/download/
14. Liston-Heyes C. (2016) *International Business Economics*, University of London, Great Britain
15. OECD (2018), “Market concentration“, .available at: <https://www.oecd.org/daf/competition/market-concentration.htm> (Accessed 29 July 2020)
16. Suman Lata Dr (2018), *Industrial Economics*, Alagappa University, Dehli, India.
17. Stigler, G. “Monopoly”, available at: <https://www.econlib.org/library/Enc/Monopoly.html> (Accessed 29 July 2020)
18. Tremblay, V. and Tremblay, C. (2012), *New Perspectives on Industrial Organization with contributions from behavioral economics and game theory*, Springer-Verlag. New York, USA, available at: <https://1lib.eu/book/2166435/1bab1b?regionChanged=&redirect=1429950> (Accessed 29 July 2020)