

DOI: <https://doi.org/10.15407/ingedu2018.51.275>

УДК: 658.821

JEL: A 1 General Economics

**Афендікова С.В.**, аспірантка  
кафедри економічної теорії та конкурентної  
політики Київського національного  
торговельно-економічного університету  
e-mail: svelte.s@gmail.com

### ЗМІНА СТРУКТУРНИХ ПЕРЕДУМОВ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКАХ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПОСЛУГ

В статті проаналізовано стан конкуренції у національній економіці через аналіз структурних передумов на ринках торговельно-посередницьких послуг. Основною проблематикою статті є доведення факту неефективності структури національної економіки і відсутність дієздатної системи регулювання сфери внутрішньої торгівлі, що виражено у наявності ряду бар'єрів на шляху до подолання проблем, пов'язаних із структурними змінами, внаслідок наявності ринкової влади на вертикалі товароруку від виробника до споживача ряду вітчизняних ринків. Завданням статті є аналіз наявної структури у сфері внутрішньої торгівлі на прикладі ринку споживчої електроніки, а також, показати вплив ринкової влади на передумови змін структури конкуренції.

Для реалізації поставленої задачі в статті наведено аналіз ринків вітчизняної економіки в цілому, а також, у розрізі внутрішньої торгівлі в динаміці у період 2000–2015 рр., базуючись на значеннях коефіцієнтів концентрації.

Для дослідження стану конкуренції у сфері внутрішньої торгівлі проаналізовано структуру на прикладі ринку оптової та роздрібно-торгівлі споживчою електронікою, через ілюстрацію вертикалі товароруку, розрахунків і аналізу індексів концентрації на кожній ланці вертикалі. Виявлено ризики існування вузьких місць (bottlenecks), що може призвести до зловживання домінуючим становищем і змови на одному з рівнів товароруку від виробника до кінцевого споживача.

**Ключові слова:** ринкова влада, внутрішня торгівля, структурні передумови.

Afendikova S.

### TRANSFORMATION OF THE STRUCTURE OF COMPETITION BACKGROUND IN THE TRADE SERVICE MARKETS

The article deals with the competition background in the national economy. The main issues include: structure ineffectiveness of national economy and lack of a capable system for domestic trade regulation; the number of barriers hindering the development and structure transformation of domestic economy; and powerful players causing domination inside the trade sphere and bottlenecks on the vertical chain from manufacturers to end-consumers. The main target of the article is to analyze the existing structure of domestic trade markets by reviewing the consumer electronics market and highlight the problem of domination and bottleneck existing on the vertical chain (manufacturer – distributor – retailer – end-consumer); as well as to show the influence of the domination on the market structure and competition.

To attain the target, the author provides a research of the competition in the domestic economy in different markets and analyzes the situation on the particular example, which is the consumer electronics market. The research was done based on indexes showing market concentration, existing bottlenecks and potential domination.

To study the competition level in domestic trade sphere, the author shows the structure of consumer electronics market through the illustration of the vertical of goods turnover; as well as calculations and analysis of market concentration on each level of the vertical. Identified a few bottlenecks that could lead to abuse of the dominant position and conspiracy in one of the levels inside the vertical chain (manufacturer – distributor – retailer – end-consumer).

**Key words:** market power, domestic trade, competition background.

Загальновідомим є факт неефективності структури національної економіки і відсутність ефективної державної політики регулювання сфери внутрішньої торгівлі, що виражено у нездатності подолати проблеми, що пов'язані зі структурними змінами, внаслідок наявності ринкової влади на вертикалі товароруку від виробника до споживача ряду вітчизняних ринків.

Дослідженню структурних передумов приділено значну увагу у наукових працях таких вчених як С. Кіреєв, В. Луцков, Н. Далевська [1], Ю. Чайка [2], А. Арутюнян [3], у тому числі у сфері внутрішньої торгівлі – у працях В. Лагутіна, Ю. Уманціва, А. Гераси-

менко [4], В. Гейця, Л. Шинкарук [5]. Не зважаючи на ґрунтовність проведених досліджень, у них недостатньо приділено уваги проблематиці структурних змін внаслідок наявності ринкової влади на вертикалі товароруку від виробника до споживача.

**Метою цієї публікації** є аналіз структури сфери внутрішньої торгівлі на прикладі ринку споживчої електроніки та виявлення впливу ринкової влади на передумови змін структури конкуренції.

Для реалізації поставленої мети пропонуємо почати з аналізу структурних передумов конкуренції у вітчизняній економіці. Як відомо, в економічному середовищі одночасно функціонують різні ринкові структури. Основним критерієм розподілу отримуваної таким чином множини галузевих ринків за групами з різними структурними передумовами конкуренції є рівень ринкової концентрації, вимірний за допомогою двох базових коефіцієнтів ринкової концентрації ( $CR_1$  та  $CR_3^1$ ), критичні межі зміни яких визначає Закон України «Про захист економічної конкуренції» [6]. Відповідно формується чотири групи ринків [7]:

- монополізовані ринки ( $CR_1 \geq 90\%$ );
- ринки з ознаками одноосібного домінування ( $35\% \leq CR_1 < 90\%$ );
- ринки з ознаками колективного домінування (ринки жорсткої олігополії) ( $CR_1 < 35\%$  та  $CR_3 \geq 50\%$ );
- ринки з конкурентною структурою ( $CR_1 < 35\%$  та  $CR_3 < 50\%$ ).

Аналізуючи рис. 1, можемо зробити висновок, що частка підприємств, які здійснюють господарську діяльність на ринках різних типів, має тенденцію до змін. Таким чином, більша частина підприємств здійснює діяльність на ринках з конкурентною структурою, при тому, у 2007 р. їх частка була найбільшою у взятому періоді, тоді як у 2014 і 2015 рр., цей показник був найменшим у порівнянні з минулими роками. На другому місці за питомою вагою знаходяться ринки з ознаками одноосібного домінування, частка яких у 2014–2015-х роках наблизилась до найбільшого значення за досліджуваній період, більше 30%.

Значна частка в національній економіці належить олігопольним ринкам (з ознаками колективного домінування), показник якої у досліджуваному періоді коливається між 11% і 18,5%.

<sup>1</sup>  $CR_1$  та  $CR_3$  – показники ринкової концентрації, що розраховуються як сума ринкових часток відповідно одного та трьох найбільших учасників ринку.

Найменша частка випала на 2007 р., коли мав місце розвиток конкурентних ринків.

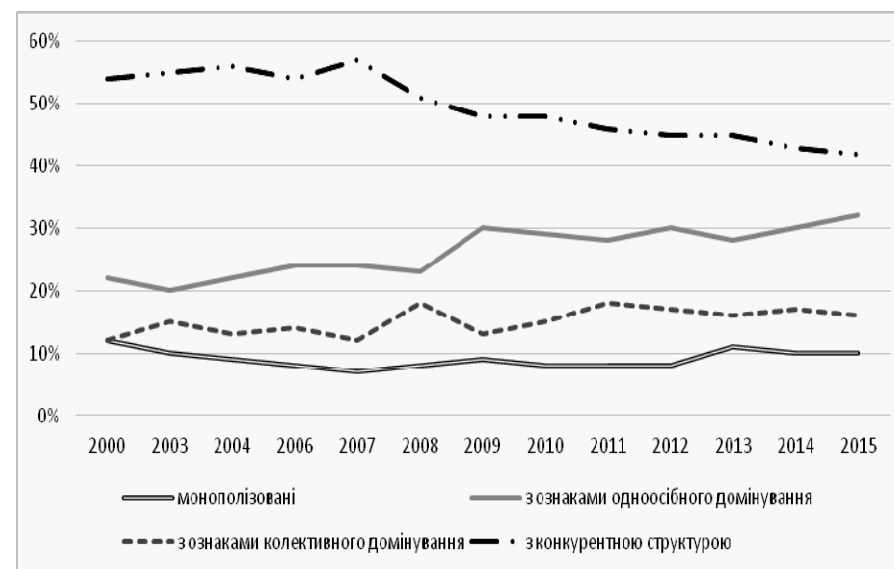


Рис. 1. Динаміка структурних передумов конкуренції в економіці України у 2000–2015 рр.<sup>2</sup>

Джерело: складено за даними звітів Антимонопольного комітету України за 2009–2015 рр. та даними Державної служби статистики України [8].

Монополізовані ринки займають незначну частину, проте слід відмітити зростання їх питомої ваги, починаючи з 2007 р., що вказує про необхідність моніторингу діяльності підприємств.

Аналізуючи дані 2000–2015 рр., варто відмітити наявну циклічність в розвитку конкуренції на національному ринку, пов'язану з кризовими явищами в національній та глобальній економіці. Так, у період економічного зростання відбувається зростання часток підприємств, що діють на конкурентних ринках (2003–2007 рр.), і навпаки, під час криз значення їх частки зменшується.

Дослідимо аналогічні зміни у розрізі внутрішньої торгівлі у порівнянні із загальноекономічними показниками. Структурні передумови розвитку конкуренції в торгівлі за період 2006–2015 рр.

<sup>2</sup> Динамічний ряд обмежено 2015 р. по причині припинення підготовки даного звіту АМКУ, починаючи з 2016 р.

ілюструють коливання і поступове зниження частки конкурентних ринків з 84,27% у 2006 р. до 64,17% у 2015 р. (див. рис. 2), але, якщо порівняти частку конкурентних ринків у сфері внутрішньої торгівлі з економікою України в цілому, робимо висновок про кращу конкурентну ситуацію на ринках торговельних послуг.

Тенденцію зменшення частки ринків з конкурентною структурою в період 2006–2015 рр. можна пояснити низкою чинників:

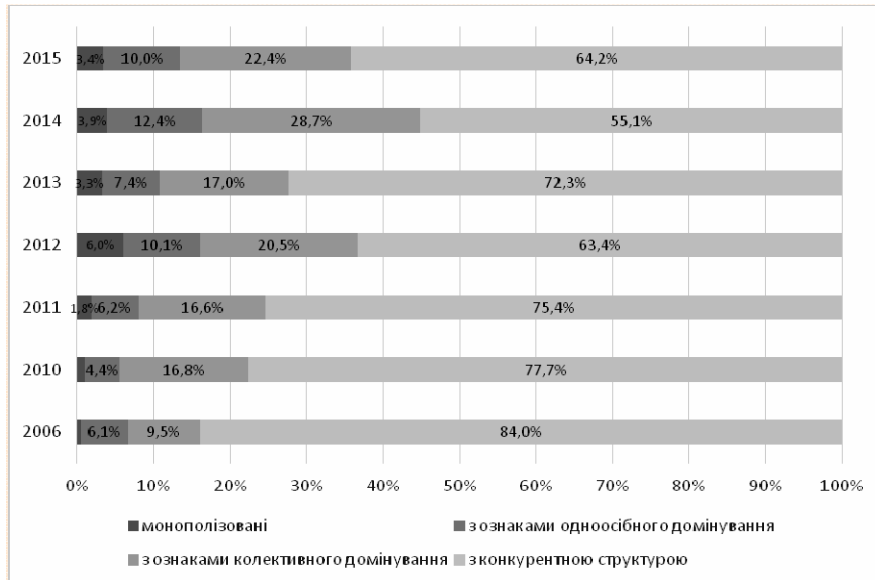


Рис. 2. Динаміка зміни структурних передумов конкуренції у вітчизняній торгівлі, 2006–2015 рр.

Джерело: складено за даними звітів Антимонопольного комітету України за 2009–2015 рр. та даними Державної служби статистики України [8].

По-перше, починаючи з кінця 1990-х – початку 2000-х вітчизняна торгівля вступила у стадію структурування. На зміну дрібним кіоскам, лоткам чи невеличким універсальним магазинчикам прийшли сучасні формати мережевої торгівлі – гіпер-, супермаркети, дискаунтери, мережі магазинів біля дому, які з одного боку забезпечили концентрацію пропозиції торговельних послуг, а з іншого – забезпечили підвищення купівельних стандартів, запровадили нові практики торговельної діяльності та довели їх до рівня інституційних регуляторів торгівлі [4, с. 180].

По-друге, зниження реальної заробітної плати в умовах погіршення споживчих настроїв населення та високої інфляції спричинило звуження внутрішнього споживчого попиту та зниження купівельної спроможності населення в результаті низки економічних криз, суспільно-політичних негараздів і війни на сході України, суттєво обмежило прибутковість торговельної діяльності (рівень збитковості операційної діяльності в торгівлі складає 0,9%, тоді як рентабельність у середньому в економіці України 1,0%), стимулюючи перетік капіталу до інших, більш прибуткових галузей господарювання та відповідне йому зростання рівня ринкової концентрації [4, с. 180].

Для дослідження стану конкуренції у сфері внутрішньої торгівлі, проаналізуємо структуру ринку торговельних послуг на прикладі ринку оптової та роздрібною торгівлі споживчою електронікою. Перш ніж перейти до власне аналізу структурних передумов на ринку, слід зрозуміти модель товароруку у відповідному торговельному сегменті. Починаючи аналіз ринку споживчої електроніки, доцільно буде розглянути його структуру суміжних ринків і шлях від виробника до кінцевої точки, де споживач купує товар, в даному ринку це – національний ритейл, регіональні мережі, одиничні магазини (рис. 3).

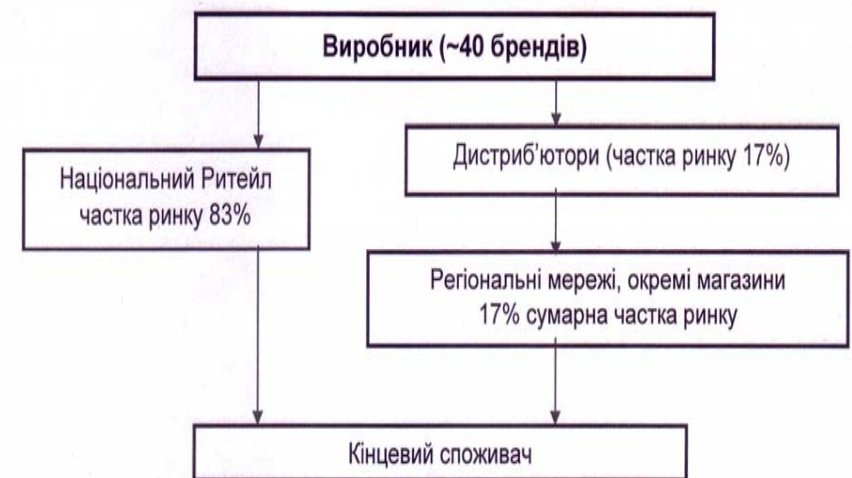


Рис. 3. Вертикаль товароруку в торгівлі споживчою електронікою.  
Джерело: складено автором на основі даних звітів GFK 2003–2017 рр. [7].

Проаналізуємо більш детально кожен ланку вертикалі товароруку на ринку споживчої електроніки за допомогою окремих індикаторів розвитку конкурентних відносин. Починаємо дослідження із верхньосуміжного ринку первинної реалізації споживчої електроніки. У табл. 1 представлено динаміку структурних індикаторів конкуренції на ринку первинної реалізації споживчої електроніки у 2007–2018 роках, розрахованих нами за даними звітів GFK 2007–2018 рр.

Таблиця 1

**Динаміка структурних індикаторів конкуренції на ринку первинної реалізації споживчої електроніки у 2007–2018 рр.**

№ з/п	Показник	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2018
1.	Коефіцієнт концентрації							
	CR <sub>1</sub>	24,1%	23,9%	24,2%	21,2%	22,5%	21,6%	20,5%
	CR <sub>3</sub>	52,1%	51,0%	51,3%	46,1%	44,4%	46,1%	46,1%
	CR <sub>5</sub>	65,5%	63,9%	67,9%	65,8%	60,2%	58,8%	58,6%
2.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	1181,6	1144,2	1208,5	1050,3	946,9	949,5	930,9
3.	Індекс Джині	0,66	0,61	0,67	0,67	0,59	0,62	0,62
4.	Місткість олігопольного ядра	2	2	9	8	6	9	3
5.	Приріст кількості учасників ринку		-0,2	0,06	0,15	0,03	0	0

*Джерело:* складено автором за результатами розрахунків за даними звітів GFK 2007–2018 рр. [8].

З огляду на отримані результати розрахунків, значення коефіцієнтів ринкової концентрації для одного, трьох, п'яти найбільших гравців ринку не перевищують порогових значень, встановлених Законом України «Про захист економічної конкуренції», отже, найбільш вагомі суб'єкти господарювання на досліджуваному ринку не займають домінуючого становища. Отримані значення решти показників демонструють, що ринок первинної реалізації споживчої електроніки належить до конкурентного із рівномірним розподілом ринкових часток між суб'єктами господарювання на ринку. При цьому важливо відмітити, що протягом досліджуваного періоду (2007–2018 рр.) всі показники покращувалися, ілюструючи інтенсифікацію конкуренції на ринку. Так, коефіцієнт концентрації з кожним роком знижувався, що показує зниження питомої ваги найбільших гравців на ринку. Таку ж саму динаміку

ілюструє і індекс Херфіндаля-Хіршмана, досягнувши свого мінімального значення у 2018 р. – 930,9, характеризуючи ринок як конкурентний. Постійна зміна місткості олігопольного ядра свідчить про неможливість (принаймні про неефективність) змови між учасниками цього ринку. При цьому слід звернути увагу, що протягом досліджуваного періоду змінився склад і порядок лідерів на ринку. Найбільш відчутний перерозподіл ринку відбувся внаслідок кризи 2013–2014 рр., коли обсяг продажів знизився майже вдвічі і ряд вендорів, представлених на українському ринку споживчої електроніки, прийняли рішення про закриття торгових представництв і передачу торгової діяльності дистриб'юторським компаніям, що привело до зниження їх частки.

Задля всебічного аналізу структури ринку споживчої електроніки, розглянемо такі самі показники для суміжних ринків ритейлу і дистрибуції. Основний товарооборот за останній період (2007–2018 рр.) було здійснено через національні торговельні мережі, частка яких продовжує рости. Наразі важливим є те, що таке зростання вносить серйозні корективи в структурні передумови конкуренції на ринку. Як видно з рис. 3 дистрибуція споживчої електроніки не є однорідною. Існують два альтернативних канали дистрибуції, умови конкуренції в яких відрізняються. Можна навіть було б говорити про існування різних ринків, якби не той факт, що дистрибуція споживчої електроніки національним мережевим ритейлом на власну потребу підпадає під ознаки внутрішнього споживання. Згідно Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, обсяги деякого товару, що використовуються суб'єктом господарювання у технологічному процесі власного виробництва, включаються зі складу ринку взагалі [9], в результаті чого місткість ринку звужується, обмежуючись тільки тією продукцією (товарами, послугами), які є доступними для незалежних покупців. Відповідно, така вертикальна інтеграція в галузі має своїм результатом критичне звуження місткості ринку дистрибуції споживчої електроніки.

Виключення з ринку тієї частини товаропотоку, що надходить в ритейл через систему власної дистрибуції загальнонаціональних торговельних мереж, обмежує внутрішньоринкову конкуренцію, але утримує високим ризик потенційної конкуренції з боку торговельних мереж, які в умовах зміни ринкової кон'юнктури зможуть з легкістю перерозподілити власний товаропотік, всту-

пивши в пряму конкуренцію з діючими дистриб'юторами. Щоправда, це не вигідно самим роздрібно-торговельним мережам, які в такий спосіб послаблять свої позиції на нижньосуміжному ринку. Тому критично звужений ринок дистрибуції стає найвужчим місцем всієї вертикалі товароруку (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка структурних індикаторів конкуренції на ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки у 2007–2018 рр.**

№ з/п	Показник	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2018
1.	Коефіцієнт концентрації							
	CR <sub>1</sub>	28.00%	27.00%	29.00%	30.00%	31.00%	29.00%	29.00%
	CR <sub>3</sub>	78.00%	77.00%	75.00%	76.00%	72.00%	74.00%	74.00%
2.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	2520.0	2516.0	2596.0	2566.0	2610.0	2542.0	2542.0
	Індекс Джині	0.05	0.04	0.1	0.09	0.12	0.07	0.07
4.	Місткість олігопольного ядра	4	4	4	4	4	4	4

*Джерело:* розраховано автором за результатами розрахунків за даними звітів GFK 2007–2018 рр. [7].

У табл. 3 представлено динаміку структурних індикаторів конкуренції на ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки у 2007–2018 рр., розрахованих нами за даними звітів GFK 2007–2018 рр.

Аналізуючи проведені розрахунки на рівні дистрибуції, можна зауважити, що частка 1-го та 3-х найбільших компаній перевищують порогові показники, передбачені законодавством України, відтак, можемо припустити наявність ризику колективного домінування. Значення індексу Херфіндаля-Хіршмана також свідчить про високу концентрацію дистриб'юторських компаній та відсутність помітної динаміки, що свідчила би про наближення ринку до умов конкурентного. Місткість олігопольного ядра залишається незмінною протягом досліджуваного періоду, а нульовий приріст кількості учасників ринку свідчить про незмінний склад гравців. Проте, пам'ятаємо, що на суміжному ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки присутні національні мережі, які своїм впливом на ринок дистрибуції не дають можливість дистриб'юторам вступити у змову.

Таблиця 3

**Динаміка структурних індикаторів конкуренції на ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки у 2007–2018 рр.**

№ з/п	Показник	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2018
1.	Коефіцієнт концентрації							
	CR <sub>1</sub>	17.40%	17.20%	17.10%	16.70%	16.00%	14.70%	14.90%
	CR <sub>3</sub>	41.80%	40.90%	40.80%	42.60%	44.10%	42.20%	42.10%
	CR <sub>5</sub>	56.80%	56.70%	56.60%	58.30%	62.10%	62.90%	62.90%
2.	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	968.11	960.66	959.82	975.22	1004.54	986.20	988.06
3.	Індекс Джині	0.304	0.31	0.301	0.314	0.348	0.341	0.342
4.	Місткість олігопольного ядра	3	9	9	9	6	6	6

*Джерело:* складено автором на основі результатами розрахунків за даними звітів GFK 2007–2018 рр. [7].

На ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки значення аналогічних коефіцієнтів ринкової концентрації для одного, трьох, п'яти найбільших гравців ринку не перевищують порогових значень, а коефіцієнт CR<sub>1</sub> свідчить про покращення ситуації з року в рік через зменшення питомої ваги найбільшого гравця ринку. Постійна зміна місткості олігопольного ядра свідчить про неможливість і неефективність змови між учасниками цього ринку. При цьому слід звернути увагу, що протягом досліджуваного періоду змінився порядок лідерів на ринку, внаслідок освоєння нових технологій реалізації продукції, оптимізації логістики і підвищення ефективності внутрішніх процесів в компаніях-лідерах. Так, сьогодні більш вагомим показником, що впливає на результат, є ефективність використання торгових та складських майданчиків, швидка логістика, ефективна робота віртуального ресурсу (сайту компанії), якісний сервіс після здійснення покупки, привабливість програм лояльності.

Аналізуючи отримані значення показників, робимо висновок, що ринок роздрібної реалізації споживчої електроніки належить до конкурентного із рівномірним розподілом ринкових часток між суб'єктами господарювання на ринку.

Перш ніж перейти до аналізу структури загальнонаціонального ринку роздрібної торгівлі споживчої електроніки, важливо визначити межі ринку як загальнонаціональні, внаслідок великої частки національних мереж, яка у 2018 р. досягла позначки 83%.

Таким чином, якщо переважна більшість електроніки купується через національні мережі, які більш-менш рівномірно розташовані по всій території країни, які керуються однаковими принципами конкуренції і їх цінові стратегії є однаковими згідно даних найбільших електронних прайс-агрегаторів – Hotline.ua, Price.ua, Nadavi.ua, тому вважаємо, що в цілях нашого аналізу ринок слід визначати не за попитом, а за пропозицією, яка, концентруючись під контролем великих національних торговельних мереж, вирівнює умови конкуренції на локальних ринках, сприяючи їх злиттю в єдиний національний ринок.

Аналогічний підхід до визначення меж ринку було використано у таких справах:

1. Чилійського конкурентного відомства у справі про злиття мереж роздрібних торговців пальним Shell і Terpe [10];
2. Єврокомісії у справі про злиття мереж супермаркетів Rewe й Billa [11];
3. Британського офісу вільної торгівлі у справі про злиття між мережами книгарень Waterstones та Ottakar's [12].

Проаналізувавши стан горизонтальної конкуренції на кожному з ринків у вертикалі товароруку в торгівлі споживчою електронікою в Україні, важливо з'ясувати також і інтенсивність вертикальної конкуренції, адже торгівля є тією сферою, де проблеми вертикальної конкуренції є найбільш гострими і досліджені найбільш повно. Розрахуємо коефіцієнти купівельної потужності для кожної пари суміжних ринків та з'ясуємо спроможність торговців споживчою електронікою різних рівнів впливати на дії один одного в цілях максимізації власної частки галузевого прибутку.

На рис. 4 представлено динаміку коефіцієнту купівельної потужності для кожної ланки за період 2007–2018 рр., розрахованих нами за даними звітів GFK 2007–2018 рр.

Аналізуючи попарну динаміку коефіцієнту купівельної потужності в галузі для кожної ланки (схематично представлено на рис. 4), можна побачити, що для верхньосуміжного ринку, на якому дистриб'ютор виступає стороною попиту, значення коефіцієнту є високим ( $>2.5$ ) протягом всього досліджуваного періоду, а для нижньосуміжного, на якому дистриб'ютор виступає стороною пропозиції, цей коефіцієнт є низьким ( $<1$ ), що є вузьким місцем на ринку (bottleneck), що є сприятливими умовами для прояву ринкової влади. Тим не менш, на ринку роздрібної реалізації споживчої електроніки присутні національні мережі з високою пи-

томою вагою у галузі, які своїм впливом на ринок не дають можливість дистриб'юторам вступити у змову.



Рис. 4. Значення коефіцієнту купівельної потужності кожної ланки товароруку на ринку споживчої електроніки.  
Джерело: складено автором на основі даних звітів GFK 2007–2018 рр. [8].

**Висновки.** Ринок реалізації споживчої електроніки належить до конкурентного із рівномірним розподілом ринкових часток між суб'єктами господарювання на ринку. На рівні дистрибуції існує вузьке місце з високою концентрацією великих компаній з певним ризиком колективної монополізації, якому протидіє вагома частка національного ритейлу. Тим не менш, в Україні існує потреба реформування системи державного регулювання конкурентних відносин в рамках регулювання вертикальної конкуренції, що сформує передумови для захисту й розвитку ефективної взаємодії не тільки в рамках національного ринку, а й на галузевому рівні, створить механізм захисту вертикальної конкуренції.

1. Далевська Н.М. Національні економічні інтереси України в умовах глобальної конкуренції. *Економічний часопис XXI*. 2012. № 11. С. 15–18.
2. Чайка Ю. Механізми структурного розвитку національної економіки. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 3. С. 30–41.
3. Арутюнян А. Возникновение структурных изменений и их влияние на базовые экономические показатели. *ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика*. 2012. № 3. С. 55–61.
4. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституційна трансформація: монографія. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2015. 432 с.
5. Шинкарук Л.В. Структурні зміни та економічний розвиток України: монографія. Київ: НАН України, Ін-т економіки та прогнозування, 2011. 696 с.
6. Закон України «Про захист економічної конкуренції» № 2210-III від 11 січня 2001 року зі змінами і доповненнями. Офіційний веб-портал Верховної ради України URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/100571>.
7. Огляд ринку CE за даними експертної дослідницької агенції GFK 2003–2017 рр. URL: [www.gfk.com](http://www.gfk.com)
8. Сайт Держкомстату України. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
9. Звіт Антимонопольного комітету України за 2016 рік. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/121361>.
10. Competition in Road Fuel. OECD Papers: DAF/COMP(2013)18. URL: <https://www.oecd.org/competition/CompetitionInRoadFuel.pdf>. С.101.
11. Commission Decision relating to Proceedings under Council Regulation (EEC) No 4064/89 (Case of Rewe/Billa). Official Journal of the European Communities. 15.10.1996. p. 306.
12. Aguzzoni L. Ex-post Merger Evaluation in the UK Retail Market for Books. Discussion Paper. Berlin 2013. No 1310. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2283053>.
13. Сайт торгової мережі «Фокстрот». URL: <https://www.foxtrot.com.ua>
14. Сайт торгової мережі «Ельдорадо». URL: <https://eldorado.ua>
15. Нормативн-правовий акт АМКУ Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку від 5 березня 2002 року. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/86796>.

## References

1. Dalevska, N.M. (2012). National economic interests of Ukraine in the conditions of global competition. *Economichnyi chasopys XXI – Economical chronology XXI*, 11, 15-18 [in Ukrainian].
2. Chaika, Y. (2011). The mechanism of structural development of national economy. *Visnyk Kyivskogo Natsionalnogo torgovelno-ekonomichnogo universytetu – The Newspaper of Kyiv Nation Trade and Economy University*, 3, 30-41 [in Ukrainian].
3. Arutyunyan, A. (2012). The structure transformations and influence to basic economic indicators. *ETAP: ecomomycheskaya teoriya, analyz, praktika – ETAP: economic theory, analysis, practice*, 3, 55-61 [in Russian].
4. Lagutin, V.D. (2015). Domestic market and trade in Ukraine. Kyiv: Kyiv National Economic University [in Ukrainian].
5. Shynkaruk, L.V. (2011). Stuctural transformation and economic development of Ukraine. Kyiv: NAN Ukraine, Institute of Economy and Forecasting [in Ukrainian].
6. The Ukrainian Law 'The economy competition protection' No. 2210-III (11.01.2001). *Ofitsiynyi web-portal Verhovnoi Rady – Official web-portal of Verhovna Rada*. Retrieved from <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/10051> [in Ukrainian].
7. GFK (2003-2017). The observe of Consumer electronics market. Retrieved from [www.gfk.com](http://www.gfk.com) [in Ukrainian].
8. Derzhkomstat official website. Retrieved from [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua) [in Ukrainian].
9. AMCU (2016). The report from Anti-Monopoly Committee of Ukraine. Retrieved from <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/121361> [in Ukrainian].
10. OECD Papers: DAF/COMP(2013)18. Competition in Road Fuel. Retrieved from <https://www.oecd.org/competition/CompetitionInRoadFuel.pdf>.
11. Official Journal of the European Communities (15.10.1996). Commission Decision relating to Proceedings under Council Regulation (EEC) No 4064/89 (Case of Rewe/Billa).
12. Aguzzoni, L. (2013). Ex-post Merger Evaluation in the UK Retail Market for Books. Discussion Paper, 1310. doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2283053>
13. Official site of "Foxtrot" retailer. Retrieved from <https://www.foxtrot.com.ua/> [in Ukrainian].
14. Official site of "Eldorado" retailer. Retrieved from <https://eldorado.ua/> [in Ukrainian].

15. AMCU. (2002). The act about approve of methodology of determination of monopoly position of the economic subject in the market. Retrieved from <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/86796> [in Ukrainian].

*Стаття надійшла 26 вересня 2018 р.*