

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-могилянська академія»
факультет економічних наук
кафедра економічної теорії

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній ступінь – бакалавр

на тему: **«КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ КОНТРОЛЮ МОНОПОЛІЙ ТА
ПРОБЛЕМИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПРАКТИЦІ»**

Виконав:

студент 4-го року навчання,

Спеціальність 051 «Економіка»

Мар'янчик Андрій Олегович

Керівник: Бандура О.В.

доктор економічних наук, доцент

Рецензент: _____

Кваліфікаційна робота захищена з
оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« ____ » _____ 2024р.

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ МОНОПОЛЬНОГО СТАНОВИЩА НА РИНКУ.....	6
1.1. Економічний зміст монополій та характеристики монопольних ринків	6
1.2. Методичні засади аналізу кількісних показників контролю монополій.....	12
1.3. Механізми регулювання монопольних та антимонопольних процесів	17
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ КІЛЬКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ КОНТРОЛЮ МОНОПОЛІЙ.....	23
2.1. Методи збору та аналізу даних для вимірювання монопольної влади.....	23
2.2. Аналіз впливу монополій на ринок з використанням кількісних показників	26
2.3. Проблеми в застосуванні кількісних показників на практиці.....	37
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА МОНОПОЛЬНИМИ РИНКАМИ.....	41
3.1. Інноваційні підходи до вимірювання та контролю монополій.....	
3.2. Пропозиції з покращення законодавства та методів контролю за монополіями	47
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	58

ВСТУП

Актуальність дослідження обраної теми є надзвичайно високою в сучасних умовах глобалізації ринків та зростання впливу великих корпорацій на економіку. Монополізація значної частини ринків призводить до нездорової конкуренції, підвищення цін для споживачів та зниження інноваційної активності. Забезпечення ефективного контролю над монопольними структурами є ключовим завданням для забезпечення рівних умов для всіх учасників ринку та захисту інтересів споживачів. Застосування кількісних індикаторів, таких як Індекс Герфіндаля-Хіршмана, Індекс Лернера та інші, дозволяє точно оцінювати ступінь концентрації ринку і визначати рівень монопольної влади компаній. Ці інструменти служать важливими засобами для регуляторних органів у прийнятті обґрунтованих рішень щодо ліцензування, злиття, поглинання або антимонопольного регулювання.

Проте, на практиці існують численні проблеми у застосуванні цих показників, що пов'язано зі складністю збору достовірних та повних даних, впливом зовнішніх економічних факторів та динамікою ринку, яка може швидко змінюватись. Також, індикатори можуть не враховувати всіх аспектів монопольної поведінки, особливо в секторах з високим рівнем інноваційності та технологічних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом активно розвивається напрямок аналізу та контролю монопольних структур, що відображено в численних дослідженнях і публікаціях, опублікованих у провідних наукових журналах. Значна увага приділяється розробці та удосконаленню кількісних методів оцінки ринкової влади, зокрема, через застосування Індексу Герфіндаля-Хіршмана та Індексу Лернера. Аналіз економічних аспектів діяльності природних монополій був здійснений у працях Августина Р.Р., Корнелі С. та Кіхма С. Щодо наукових досліджень з проблем контролю монополій в національній економіці варто виділити праці таких вчених, як Бандура О.В, Ткачова В.О., Грицай О., Дерун Т., Зелінська О., Лайкова

М., Кирилюк А., Филюк Г., Тертичка В., Чухно А. та інші. Проте, незважаючи на обсяг цих досліджень, питання кількісного виміру та регулювання монополізованих ринків в економіці залишається нерозв'язаним і потребує подальшого розвитку.

Таким чином, дослідження монополій, актуалізація питань стосовно регуляторних заходів стосовно контролю монополій та підходів до їх вимірювання є вкрай важливою і актуальною задачею.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є визначення перспективних шляхів вдосконалення контролю за монопольними ринками на основі кількісних показників.

У рамках окресленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити сутність монополії та її характеристики;
- здійснити огляд кількісних показників для контролю монополій;
- дослідити регуляторні заходи для контролю монополій
- визначити основні методи збору та аналізу даних для вимірювання монопольної влади;
- проаналізувати вплив монополій на ринок з використанням кількісних показників;
- виокремити основні проблеми під час застосування кількісних показників на практиці
- дослідити інноваційні підходи до вимірювання та контролю монополій;
- виокремити основні аспекти удосконалення законодавчої бази для ефективнішого контролю монополій.

Об'єкт дослідження – це ринкові структури, на яких діють монополії, а також різноманітні економічні сектори, де можливе формування монопольного контролю.

Предмет дослідження – це аналіз кількісних показників для оцінювання монопольної влади та контролю монопольного становища на різних ринках.

Методи дослідження. В ході дослідження в роботі застосовувалися загальні методи наукового пізнання та дослідження. До них відносяться: статистичний аналіз – використання статистичних методів для оцінки ринкової концентрації та впливу монопольних структур на економіку; економетричне моделювання – застосування економетричних моделей для кількісної оцінки впливу монопольних практик на ринкову конкуренцію та ціноутворення; компаративний аналіз – порівняння існуючих кількісних показників контролю монополій між різними країнами та галузями для виявлення найефективніших підходів та практик.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів. Теоретична значущість даного дослідження полягає у розширенні теоретичних знань в області монопольної влади та контролю над нею. Вони допомагають уточнити існуючі теорії про ринкову владу та конкуренцію, а також забезпечують нові теоретичні уявлення про механізми формування та регулювання монополій. Аналіз кількісних показників дозволяє виявити зв'язки та взаємодії між різними аспектами монопольного контролю, що сприяє глибшому розумінню динаміки ринкових процесів. Практичне застосування результатів дослідження має істотне значення для політиків, регуляторних органів та бізнесу. Впровадження розроблених методик та індикаторів може допомогти в удосконаленні антимонопольного законодавства та практики його застосування, забезпечуючи більш ефективний контроль та запобігання монопольному зловживанню на ринку.

Інформаційна база дослідження відображає узагальнений список праці провідних вітчизняних та зарубіжних спеціалістів у сфері дослідження монополії та монопольних ринків, наукові публікації в наукових фахових виданнях та засобах масової інформації. Статистичну основу кваліфікаційної роботи склали: статистичні дані Державної Служби статистики та фінансова звітність підприємств.

Структура кваліфікаційної роботи, вступ, 3 розділи та 8 підрозділів, висновки, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ МОНОПОЛЬНОГО СТАНОВИЩА НА РИНКУ

1.1. Економічний зміст монополій та характеристики монопольних ринків

Формування ринку — тривалий історичний процес, органічно пов'язаний з розвитком і поглибленням суспільного поділу праці та економічної самостійності товаровиробників.

Сьогодні ринок є об'єктивною умовою функціонування світового господарства. Економічна сутність поняття ринку визначається у саморегульованій, на засадах економічної свободи, системі обміну, купівлі та продажу між економічними суб'єктами товарів або послуг. Процес обміну в системі забезпечує попит пропозицією.

Для подальшого вивчення теорії галузевих ринків необхідно визначити їх межі, в яких ті чи інші фірми виробляють товари. У зв'язку з цим, потрібно визначити взаємозв'язок таких понять як «галузевий ринок» і безпосередньо «галузь». Галузевий ринок характеризується з точки зору «попиту», а галузь з позиції «пропозиції». Тобто галузь – це сукупність фірм, що виробляють певний товар, який, на основі схожості ресурсів і технології, потрапляє в категорію «Галузевого ринку». Відповідно, ототожнення даних понять – помилкове.

Розглядаючи зазначені нами межі галузевого ринку, виникає проблема наявності товарів-субститутів, однак аналіз концентрації на галузевих ринках базується на абсолютній однорідності відповідної продукції. Додатково виникає проблема нерівномірності просторового розташування агентів. Велика кількість ринкових елементів, особливості у виробництві, дистриб'юції, елементи попиту, пропозиції і їх тісний взаємозв'язок – все це обумовлює необхідність класифікувати ринкові системи згідно з інтересами покупців і продавців.

В класичній економічній літературі заведено класифікувати ринки за видами діяльності. Відповідно маємо: виробничий, інтелектуальний і фінансовий [16].

Додатково до класичної економічної літератури, існує поділ на ринок продавців і покупців. Ринок покупця показує домінування пропозиції та загальне зниження ціни як елемент конкуренції, а ринок продавця зображує випередження попиту, функціонуючи таким чином на користь продавця.

Також ринки поділяються на відкриті та замкнуті. За відсутності бар'єрів для входу, ринок вважається відкритим, за наявністю регулювання певними механізмами – закритим.

Якщо розглядати окремо галузевий ринок, то такий класично поділяється за стадіями зрілості:

- Ринки ростуть;
- Ринки зрілі (розвинені);
- Ринки що згасають (стискають).

Існує для всіх відомий факт, що можлива така ситуація, де норма прибутку в одних галузевих ринках набагато вища, ніж в інших. Це пояснюється наявністю «вхідних бар'єрів», які заважають з'являтися новим компаніям і оберігають наявних продавців від потенційних конкурентів.

Відповідно до класифікації, запропонованої Д. Бейном, розрізняються галузеві ринки за входом [16]:

- Легким;
- Нелегким для входу;
- Важким для входу;
- Блокованим.

Перший тип ринку характеризується майже досконалою, або близькою до неї, конкуренцією, завдяки якій фірмам легко утворюватися.

На ринках другого типу окремі дійові фірми можуть мати відчутні переваги щодо витрат, які реалізуються, як правило, посередництвом мінімального підвищення цін в порівнянні з витратами.

Третій тип ринку характеризується наявністю фірм, які прагнуть максимально ускладнити вхід і утворення нових компаній, які можуть бути конкурентами. Зазвичай, такий тип ринку є монополізованим.

Четвертий тип ринку – класично монополістичний, кількість учасників стабільна, підприємцям важко відкривати бізнес в такому ринку.

Аналізуючи класифікацію Бейнома, хочеться зазначити, що у сучасному світі ринки першої та четвертої категорії майже не зустрічаються, і не можуть бути об'єктом об'єктивної оцінки. Вони слугують лише критичними показниками ринкової конкуренції. Натомість ринки другого і третього типу є головним об'єктом нашого аналізу конкуренції на галузевих ринках.

Підтримка конкуренції в галузевих ринках це один із пріоритетних напрямів державного втручання в економіку, спрямований на гарантії розвитку ринкових, немонапольних відносин між економічними агентами та відсутність зловживання монопольним становищем на ринку. Сучасними економістами доведено, що за умови здорової конкуренції, ринки здатні швидко розвиватись.

Однак утворення монополій – факт сьогодення, який однозначно призводить до порушення налагодженого ринкового механізму ціноутворення на користь монополіста. Монополії виникають різними шляхами та у різних формах.

В класичному розумінні, монополія в галузевих ринках – це об'єднання підприємств, або окремі підприємства, що виробляють значну частину продукції, тим самим впливають на процес ціноутворення і мають з цього найбільші прибутки [16].

Охарактеризувати монополії можна наступними ознаками:

- окрема компанія і галузь є синонімами, оскільки компанія виробляє переважну частину галузевої продукції;
- продукція монополіста не має замінників;
- монополіст є ціноутворювачем, змінюючи обсяг продукції – він змінює ціни;
- наявність суттєвих бар'єрів для входу в галузевий ринок.

Якщо всі, зазначені характерні особливості наявні, ринок можна вважати монополізованим. Але як зазначалося вище, фактично цей «крайній стан» монополізованого ринку в сучасному світі майже не існує. Натомість ми маємо наближені до монополістичних галузеві ринки.

Таким чином, ступінь насиченості ринку конкуренцією залежить від кількості суб'єктів ринку та їхньої ринкової потужності (рис. 1.1). Найбільшої гостроти конкуренція набуває, коли на ринку присутні значні кількості компаній, які мають однакову впливову позицію в галузевому і світовому масштабі, і зміни в їх ціновій політиці не суттєво впливають на попит. Ця ситуація характеризує чисту (вільну) конкуренцію, як описав Адам Сміт [32]. Проте, зменшення кількості учасників ринку призводить до концентрації капіталу та зростання ринкових можливостей, і, отже, з'являється монополія.

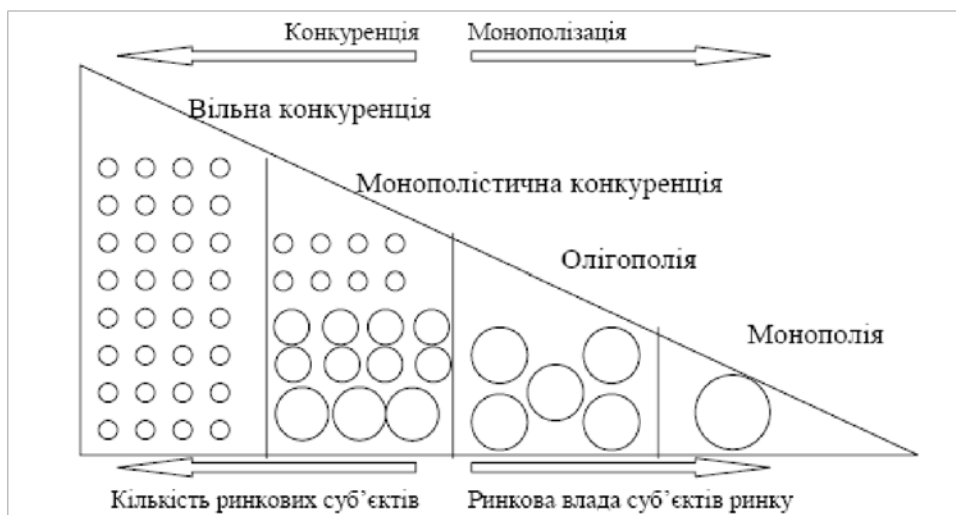


Рис. 1.1. Класифікація ринків за кількістю ринкових учасників та їх владою [32]

Монополія - це складна економічна категорія, яку можна розглядати з різних аспектів. В науковій літературі виділяються такі аспекти дослідження монополії, як відтворювальний, структурний, поведінковий і інституційно-функціональний [32, с. 44-46].

В академічних колах поширена думка, що найбільш небезпечні є так звані штучні монополії. Це через те, що вони формуються не завдяки конкурентній перевазі, новаторським технологіям, чи унікальним ресурсам, а завдяки

некоректним методам завоювання ринку, таким як нечесна конкуренція, рейдерство, та інші спільні дії.

У сучасному ринковому середовищі, найбільш поширеним є олігополія, коли на ринку діє кілька великих постачальників одного товару або субститутів.

Монополістична конкуренція, яка є однією з форм недосконалої конкуренції, стає можливою тоді, коли є явний спосіб відрізнити товар одного виробника від товарів інших завдяки якості товару, упаковці, обслуговуванню, розташуванню і іншим факторам. Це створює конкурентну перевагу та привабливість для покупців, які обирають саме цей товар чи послугу.

Класичними, в розумінні економічної літератури, бар'єрами входу в монополізований ринок є права на випуск ексклюзивних продуктів чи послуг [2]. Правовий захист забезпечують ліцензії, які надаються державою, авторські права, патенти, тощо. Високі пороги стартового капіталу, змінних витрат або взагалі нерентабельність окремих продуктів – всі вони є суттєвими перешкодами для фірм. І все ж таки, монопольне становище є бажаним для кожної фірми, оскільки вона прагне отримати максимальні прибутки й убезпечити себе від можливої конкурентної фірми.

Багато науковців одностайні в твердженні, що монополізація може мати різні економічні наслідки. Це може включати позитивні результати, такі як поліпшення фінансових показників, підвищення якості продукції, та зниження цін завдяки ефективному управлінню. Але також може призвести до усунення конкуренції або її обмеження. Також існують ситуації, коли наслідки концентрації господарських структур можуть бути одночасно і позитивними, і негативними для ринку.

Важливою перевагою монополії є можливість отримувати переваги завдяки ефекту масштабу, що полягає в зниженні витрат на виробництво одиниці продукції або надання послуг при збільшенні обсягів діяльності. У той же час монополії призводять до низки негативних наслідків, включаючи підвищення цін вище рівня ринку та одержання монополістом додаткового прибутку за рахунок споживачів. Вони також призводять до обмеження ринкової

конкуренції, гальмують поліпшення якості товарів та послуг, сповільнюють науково-технічний прогрес та сприяють деформації господарських зв'язків. Негативні соціально-економічні наслідки монополізації економіки обумовлюють необхідність реалізації антимонопольної політики.

1.2. Методичні засади аналізу кількісних показників контролю монополій

Для оцінки монополізації галузевих ринків використовують різні індекси й інструменти, які дозволяють оцінити рівень концентрації продавців і покупців на ринку, що в свою чергу впливає на рівень цін і специфіку розподілу товарів між покупцями й продавцями.

Зокрема, найпоширенішими показниками вимірювання ринку є індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ) та індекс концентрації (CR) як сучасні та ефективні інструменти для швидкого аналізу і реагування.

Коефіцієнт концентрації ринку представляє собою відсоткове відношення всіх продаж продукції компаній, які мають найбільші частки на ринку до загального об'єму ринку, та розраховується за формулою (1.1) [2]:

$$CR = \frac{\sum_{k=1}^m Q_k}{\sum_{k=1}^m Q_k + \sum_{j=1}^n Q_j}, \quad (1.1)$$

де CR – коефіцієнт концентрації ринку;

Q_k – об'єм продаж k -го крупного підприємства;

Q_j – об'єм продаж j -го менш крупного підприємства;

m – число самих крупних (по питомій вазі на ринку) підприємств,

n – число менш крупних (по питомій вазі на ринку) підприємств.

Також коефіцієнт концентрації ринка доцільно розраховувати як суму часток трьох найкрупніших компаній, формула (1.2) [2]:

$$CR(3) = \sum_{k=1}^{m=3} D_k, \quad (1.2)$$

де $CR(3)$ – коефіцієнт концентрації ринку трьох найбільших компаній;

D_k – доля кожного підприємства;

$m = 3$ – число обстежуваних підприємств.

Доцільність використання коефіцієнтів ринкової концентрації для оцінки конкурентного середовища в Україні зумовлена тим, що певні значення $CR1$, $CR3$ і CRS виступають як юридичні факти, які враховуються при визначенні монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку. Відповідно до ст. 12 Закону України "Про захист економічної конкуренції" [12] ринкова частка одного суб'єкта господарювання, яка перевищує 35%, частка трьох суб'єктів господарювання, яка перевищує 50%, та частка п'яти суб'єктів господарювання, яка перевищує 70%, є однією з умов, за наявності якої становище суб'єкта господарювання на ринку може бути визначено як монопольне (домінуюче). Економічний сенс вказаних порогових значень полягає в тому, що у випадку $CR1 > 35$ високою є ймовірність одноосібного домінування суб'єкта господарювання на ринку; $CR2 > 50$ та $CR3 > 70$ – формують передумови колективної монополізації ринку.

Проте, використання індекса концентрації на галузевих ринках може мати деякі проблеми. Цей показник не враховує структуру ринкових часток, тобто він не відображає відповідні частки компаній на ринку. Іншими словами, рівний розподіл часток і монополістичний ринок з декількома малими фірмами можуть мати схожі значення індексу, що робить його не завжди придатним для використання.

Як зазначалося вище, показники ННІ і CR є основними інструментами для оцінки рівня монополізації. Відповідно до значень цих коефіцієнтів і видів монополістичних галузевих ринків, пропонується наступне трактування отриманих значень цих коефіцієнтів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 Класифікації монополістичних галузевих ринків

Тип ринку	Характеристика	ННІ	CR
I	Низький рівень концентрації, ринок немонополістичний	< 1000	< 45%
II	Поміркований рівень концентрації	1000 < ННІ < 1800	45 % < CR < 70%
III	Високий рівень концентрації, монополістичний ринок	1800 < ННІ < 10000	70% < CR < 100%

Отже, за результатами аналізу показників, якщо класифікація ринку відповідає першому типу, то його не можна вважати монополістичним. Такий ринок вважається повністю конкурентним, оскільки в ньому відсутні більшість значних бар'єрів.

У випадку, коли показники вказують на другий тип ринку, це може свідчити про експансивну політику окремих фірм і ризики утворення монополістичних об'єднань. Такі операції потребують більш детального розгляду з боку Антимонопольного комітету України.

У випадку третього типу класифікації ринку, такий сектор галузевого ринку можна вважати монополістичним. Після визнання його таким, необхідне втручання з боку держави для встановлення конкуренції та підтримки розвитку бізнесу.

Найбільш поширеним в світовій практиці комплексним показником концентрації є саме індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ). У антимонопольній практиці частки ринку зазвичай виражаються у відсотках, тому ННІ знаходиться від 0 до 10000.

Проте критичне значення ННІ ще не свідчить про те, що монополія зловживає своїм становищем та шкодить економіці. Іноді суд може дозволити злиття, навіть якщо ННІ перевищує критичний рівень національно, якщо це допомагає фірмі краще конкурувати на міжнародному ринку, використовуючи доволі суб'єктивне "правило доцільності" [4].

Коефіцієнт Джині (G) визначається як відсоткова доля розміру галузі, що припадає на відсоткову кількість фірм, що діють на ринку [2]:

$$G = D / N, \quad (1.3)$$

де D – кумулятивний відсоток розміру галузі (ринку);

N – кумулятивний відсоток фірм на ринку.

Максимальне значення коефіцієнта Джині, що дорівнює одиниці, засвідчує про ситуацію абсолютної нерівності (на одну фірму припадає весь обсяг випуску галузі). Мінімальне значення показника, дорівнює нулю, означає абсолютну рівність: кожна фірма виробляє однакову долю галузі.

Недолік коефіцієнта Джині полягає у тому, що він вимірює лише відносні розміри фірм, тому його значення буде тим самим як для трьох однакових фірм ринку так і для десяти фірм, хоча ступені конкуренції для трьох та десяти фірм дуже різняться.

Індекс Холла-Тайдмана (НТ) розраховується на основі зіставлення рангів фірм, що представлені на галузевому ринку, за такою формулою [2]:

$$HT = \frac{1}{2 \sum_{i=1}^N R_i y_i - 1}, \quad (1.4)$$

де HT - індекс Холла-Тайдмана; R_i - ранг фірми на ринку (найбільша фірма має ранг 1); y_i - частка фірми.

Максимальне значення індекса Холла-Тайдмана дорівнює одиниці (в умовах монополії), мінімальне значення дорівнює $1/N$, де N – кількість фірм у галузі.

За своєю дією показник схожий з індексом Херфиндаля-Хіршмана, але має важливу перевагу: дозволяє ранжувати фірми за ступенем ринкової могутності, а це допомагає проводити більш глибокий аналіз галузі.

Індекс Ротшильда будується на основі зіставлення еластичностей кривої ринкового попиту будь-якого продуктового класу і кривої індивідуального попиту фірми, що випускає певну товарну марку з цього класу:

$$R = E_i / E, \quad (1.5)$$

де R - індекс Ротшильда; E_i - цінова еластичність кривої індивідуального попиту; E - цінова еластичність кривої сукупного попиту.

Також серед кількісних показників контролю монополій існують різні індекси, зокрема *Індекс відносної дисперсії*, *Індекси абсолютної та відносної ентропії*, *Індекс Лінда*, *Індекс Ханна-Кея* та ряд інших.

Як стверджують вітчизняні вчені Бандура О.В. та Ткачова В.О., контроль за монополіями можна реалізувати за допомогою економічних методів, які поділяються на прямі та непрямі. Між тим, прямі методи базуються на аналізі ринкових і конкурентних цін, граничних прибутків та витрат і дозволяють оцінити який саме вплив чинять монополії на ринок та на економіку країни в цілому. Непрямі методи, як засвідчує практика, базуються на не цінових показниках і визначають лише потенційну загрозу від монополії, але не дозволяють визначити її реальний вплив на ринок [5].

Прямі показники контролю монополій, які загалом впливають зі статичної теорії фірми, мають свої обмеження. Найбільш відомі показники були запропоновані на початку 20-го століття, такі як показник перехресної еластичності попиту, індекси Ротшильда, Папандреу та рентабельності Бейна [5]. Однак з того часу значного покращення в їх методології не відбулося, що пояснює відсутність показників монопольної влади як в антимонопольному законодавстві, так і в судовій практиці. За винятком індексу Лернера, практична корисність цих показників є обмеженою через потребу у важко отримуваних даних про еластичність попиту.

На переконання Бандури О.В. і Ткачової В.О. [4; 5] індекс Лернера є одним з найвідоміших індексів, що використовується для вимірювання монопольної влади фірми. Цей індекс може бути рівним, більшим або меншим за нуль, залежно від того, чи продукт продається за граничними витратами, вищими за них або нижчими. Для багатьох економістів індекс Лернера, що вимірює ступінь перевищення ринкової ціни фірми над її граничними витратами при максимізації прибутку, є найбільш прийнятним теоретичним виміром монопольної або

ринкової влади. У стандартній моделі монополії індекс Лернера розраховується за формулою [5]:

$$L = (P - MC)/P = 1/e_p, \quad (1.6)$$

де P – ринкова ціна для продукту виробництва фірми; MC – граничні витрати за рівня виробництва, що максимізує випуск; e_p – еластичність попиту за ціною для продукту фірми.

У випадку монополії, яка максимізує чистий прибуток, індекс Лернера дорівнює величині, оберненій абсолютному значенню еластичності попиту (ϵ). У структурі ринку з однією домінуючою фірмою та численними другорядними фірмами, які покривають залишковий попит на ринку, індекс Лернера може бути виражений наступним чином [5]:

$$L = S / (|h_m| + (1 - S) e_f), \quad (1.7)$$

де h_m – еластичність попиту домінантної фірми; e_f – еластичність попиту другорядних фірм; S – частка домінантної фірми на ринку; $(1 - S)$ – частка другорядних фірм на ринку.

Іншим показником контролю монополій є наявність бар'єрів для входу на ринок. До таких бар'єрів відносяться високі капітальні витрати, обмежені поставки важливих ресурсів, довгострокові контракти на поставку, юридичні ліцензії, мережеві ефекти, інтелектуальна власність та торгові марки, і т. д. Довговічність монопольної влади критично залежить від ймовірності того, що на ринок вийдуть нові конкуренти [5]. Тому разом з оцінкою перевищення монопольної ціни над конкурентною потрібно оцінити величину бар'єрів для входу на ринок.

Проте проблема деяких з цих бар'єрів полягає в тому, що їх заробила фірма з тривалою історією економічної діяльності. Забезпечення конкурентних умов ведення бізнесу на галузевих ринках в Україні – це досить багатогранне питання. Відповідно, оцінка рівня монополізації відповідних ринків повинна бути складнішою, з урахуванням всіх особливостей зовнішнього середовища. Забезпечення вільної конкуренції на галузевих ринках – це необхідний фактор

для виконання економікою своєї важливої соціальної ролі. Це в значній мірі залежить від рівня розвитку антимонопольної політики держави та наявного інструментарію для аналізу і швидкого реагування.

1.3. Регуляторні заходи для контролю монополій

Розгляд регуляторних заходів для контролю над монополіями вимагає зосередження на історії антимонопольної політики та її еволюції. Від первинних спроб законодавчого регулювання в кінці XIX століття до сучасних комплексних систем у різних країнах, метою залишається обмеження негативних впливів монополізму на економіку і суспільство. Перший крок у розробці ефективної антимонопольної політики полягає у створенні стійких інституційних рамок, що дозволяють втілювати політику у життя згідно з демократичними нормами та принципами ринкової економіки. У цьому контексті важливу роль відіграють не тільки державні органи, але й громадські організації, що сприяють підвищенню прозорості та відповідальності в процесі антимонопольного регулювання. Антимонопольна політика включає різні суб'єкти, об'єкти та інструменти регулювання.

Для успішної реалізації антимонопольної політики необхідні відповідні інституційні рамки. В Україні відповідальність за реалізацію антимонопольної політики покладена на Кабінет Міністрів України та Міністерство економічного розвитку та торгівлі. Основними органами регулювання в цій сфері є Антимонопольний комітет України та Національна комісія регулювання природних монополій. Громадські організації та роботодавці також грають важливу роль у формуванні та реалізації антимонопольної політики в Україні.

Основним завданням Антимонопольного комітету України є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики, включаючи контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, регулювання концентрації підприємств та цін (тарифів) на товари, які виробляються

(реалізуються) суб'єктами природних монополій, а також контроль створення конкурентного середовища та захисту конкуренції в сфері державних закупівель та інших областях [18, с.32].

Ураховуючи різноманітність монопольних ринків та їхніх особливостей, антимонопольна політика використовує відповідні інструменти, спрямовані на кожен конкретний ринок з метою цільового регулювання. Виходячи з особливостей виникнення та функціонування різних видів монополій і наслідків їхньої діяльності, розрізняються інструменти антимонопольної політики, спрямовані на кожен окремий ринок з метою точкового регулювання кожного з них [18, с.32].

Таблиця 1.2. Інструменти антимонопольної політики за типами монополізованих ринків

Типи монополій	Причини виникнення	Інструменти регулювання
Природні	<ul style="list-style-type: none"> • Унікальність ресурсів 	<ul style="list-style-type: none"> • обмеження цін • обмеження рентабельності
Економічні	<ul style="list-style-type: none"> • Концентрація виробництва • Ефект масштабу 	<ul style="list-style-type: none"> • заборона (обмеження) злиття компаній • обмеження придбаних акцій інших компаній • обмеження цін
Технологічні	<ul style="list-style-type: none"> • Специфічні технології • Освоєння нових технологій 	<ul style="list-style-type: none"> • інвестиції • науково-технічні програми ліцензії • обмеження цін • квоти • патенти • заборона злиття (поглинання, домовленостей) • дозвіл на придбання акцій інших компаній
Інноваційні	<ul style="list-style-type: none"> • Освоєння нових технологій • Впровадження НТП 	
Адміністративні	<ul style="list-style-type: none"> • Неринкова структура 	<ul style="list-style-type: none"> • ліцензії • державне замовлення • бюджетне фінансування • пільги • дотації
Штучні	<ul style="list-style-type: none"> • Злиття, поглинання, змова 	<ul style="list-style-type: none"> • заборона злиття (поглинання, домовленостей) • дозвіл на придбання акцій інших компаній

Джерело: складено автором на основі [32, 14, 16])

В залежності від правового змісту та процесуальних способів реалізації інструментів антимонопольної політики розрізняють американську, європейську та японську моделі (табл. 1.3).

Таблиця 1.3. Національні моделі антимонопольної політики [32]

Напрямок регулювання	Моделі антимонопольної політики			Україна
	американська (США)	європейська (Велика Британія)	японська (Японія)	
Визначення монопольної ринкової позиції	Монополістом визнається фірма, ринкова частка якої становить			
	35% і більше	50% і більше	55% і більше	35% і більше
Дозвіл на злиття компаній	Обов'язкове повідомлення антимонопольних органів, якщо частка об'єднаних фірм на ринку не перевищує 60%		Повідомлення про злиття бажане, але не обов'язкове, якщо частка на ринку не перевищує 40%	
Фіксація цін	Заборонена			
Право на встановлення державою цін	В енергетиці, системі зв'язку.	В енергетиці, системі зв'язку, охороні здоров'я.	В сільському господарстві, освіті, енергетиці.	В енерго- та електропостачанні.

Різні регіони світу реалізують різні підходи до антимонопольної політики, і ці підходи можуть відрізнятися за своєю спрямованістю та стратегією.

На українському прикладі антимонопольна політика лише починає формуватися. Однак зараз вже видно, що вона, в більшій мірі, відповідає європейській моделі, де допускаються деякі форми взаємодії між компаніями і важливими аспектами є захист національних інтересів та відповідність нормам антимонопольного законодавства [32].

Під визначенням антимонопольного законодавства України розуміють чинні нормативно правові акти, які регулюють, попереджують, обмежують або припиняють монополістичну діяльність. Визначені антимонопольним законодавством України правові засади визначені в Конституції України [15], ГК України [7], законах «Про Антимонопольний комітет України» [10], «Про захист від недобросовісної конкуренції» [11], «Про захист економічної конкуренції» [12], «Про природні монополії» [13] та інше.

Базовим фундаментом Антимонопольного законодавства України вважається стаття 42 Конституції [7]. Відповідно до неї не допускається зловживання монопольним становищем на ринку. А правила конкуренції та засади антимонопольного контролю зазначені в статті 92 Конституції [15].

Також в основному законі України закріплені положення по захисту економічної конкуренції, які визначають політику підтримки розвитку економічної конкуренції – як державну політику.

Закон про захист від недобросовісної конкуренції [11] встановлює рамки, порушення яких призводить до відповідальності. Закон про захист економічної конкуренції [12] також ставить на меті упередити монополістичні прояви та формалізує відповідальність за порушення антимонопольного законодавства. Закон про Антимонопольний комітет [10] формалізує і визначає правовий статус антимонопольних органів, склад, функції, компетенції й основні засади його роботи.

Також, окрім нормативно правових актів національного антимонопольного законодавства, конкуренція і монополізація ринків регулюється міжнародними договорами України, ухваленими Верховною радою.

Згідно зі статтею 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» монополією є здобуття суб'єктом господарювання монопольного (домінуючого) становища на товарному ринку та збереження або посилення цього становища [12]. Відповідно до статті 12 цього Закону суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на товарному ринку, якщо:

- на цьому ринку в нього немає жодного конкурента;
- не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин.

Монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35%, якщо він не доведе, що він зазнає значної конкуренції.

Законодавство України також встановлює ознаки колективного монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання. Якщо два або більше суб'єктів господарювання не конкурують на певному товарному ринку або конкуренція невисока та виконується одна з певних умов, вони вважаються такими, що займають монопольне (домінуюче становище) на товарному ринку. Стаття 12 Закон України «Захист економічної конкуренції» [12].

Монопольним (домінуючим) вважається становище кожного із кількох суб'єктів господарювання, якщо стосовно них виконуються такі умови:

- сукупна частка не більше ніж трьох суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 50 відсотків;
- сукупна частка не більше ніж п'яти суб'єктів господарювання, яким на одному ринку належать найбільші частки на ринку, перевищує 70 відсотків – і при цьому вони не доведуть, що стосовно них не виконуються умови частини четвертої статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» [12].

В цілому, наявність чітко встановленого антимонопольного регулювання в Україні обумовлена певними причинами, головною з яких залишається негативні наслідки монополізації господарських ринків. Більш того, наявність факту існування державних і природних монополій також має зображатися юридично в чинному законодавстві.

Отже, встановлене державою регулювання за монополізацію на галузевих ринках ставить на меті задоволення потреб споживачів шляхом посилення цієї сторони у взаєминах з виробниками товарів. Сприяння розвитку суперництва на галузевих ринках, підтримка конкуренції, сприяння підприємству і захист національного виробника – основні цілі антимонопольного законодавства України. Досягнення встановленої мети та цілей регулювання монополізму забезпечується діями безпосередньо уповноважених в цих питаннях органів. Система відповідних дій складається з нормативно правового регулювання і контролю галузевих ринків щодо дотримання учасниками відповідних,

встановлених державою норм і правил щодо забезпечення вільної конкуренції.
А у разі порушення – неминуча відповідальність.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ КІЛЬКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ КОНТРОЛЮ МОНОПОЛІЙ

2.1. Методи збору та аналізу даних для вимірювання монопольної влади

Для вимірювання монопольної влади важливо використовувати ефективні методи збору та аналізу даних, які дозволять ідентифікувати та аналізувати потенційні монополії та оцінити їх вплив на ринок.

Основними методами збору даних вважається збір даних з відкритих джерел, спеціалізовані опитування та експертні інтерв'ю.

Збір даних з відкритих джерел є фундаментальною процедурою в аналітичних дослідженнях монопольної влади. Вона передбачає систематичний огляд та аналіз офіційних регуляторних звітів, фінансових звітностей компаній, а також статистичних даних з національних та міжнародних баз даних. Особлива увага приділяється публікаціям у мас-медіа, що можуть виявити не тільки кількісні, але й якісні аспекти діяльності монополій, їх стратегій та впливу на ринок.

Спеціалізовані опитування проводяться для збору детальної інформації від компаній, що працюють у ключових секторах економіки. Ці дані використовуються для оцінки ринкової поведінки та структури галузей, де великі гравці можуть мати монопольний вплив. Опитування можуть включати питання щодо ціноутворення, ринкових стратегій, а також викликів і перспектив, які визначають галузь.

Експертні інтерв'ю з галузевими аналітиками, економістами, і фахівцями є критично важливими для глибшого розуміння механізмів функціонування ринків. Ці інтерв'ю дозволяють отримати важливі інсайти щодо потенційних монопольних практик, а також зрозуміти специфіку взаємодії між різними ринковими суб'єктами. Експертні думки можуть також сприяти ідентифікації

тих аспектів ринкової поведінки, які не можуть бути повністю виявлені через кількісний аналіз даних.

Наведені вище методи збору даних є фундаментальними для подальшого глибокого аналізу монопольних структур та розробки ефективних регуляторних заходів. Щоб застосовувати всі ці методи вимірювання монопольної влади, регуляторам необхідно збирати великі масиви різноманітних даних:

- Макроекономічні дані: загальний обсяг ринку, кількість фірм, імпорт/експорт.
- Дані окремих фірм: обсяги виробництва/продажів, ціни, витрати, прибутки.
- Характеристики товарів та ринків: однорідність продуктів, еластичність попиту, бар'єри входу.
- Інформація щодо угод, контрактів, ліцензій, патентів, поглинань.
- Відомості про розподіл виробничих потужностей та каналів збуту.

Після збору даних на наступному етапі відбувається аналіз цих даних, який може здійснюватися декількома способами, серед них зокрема:

- ✓ *Статистичний аналіз.* Він є основним інструментом у дослідженні монопольних тенденцій на ринку. Цей метод передбачає застосування різноманітних статистичних технік для обробки зібраних даних. Зокрема, важливими інструментами є Індекс Герфіндаля-Хіршмана, який вимірює рівень концентрації ринку та допомагає ідентифікувати ринки з високою концентрацією, де можливе монопольне домінування. Індекс Лернера використовується для оцінки ступеню монопольної влади шляхом визначення різниці між цінами та маржинальними витратами, що вказує на здатність компанії підвищувати ціни вище витрат.
- ✓ *Економетричне моделювання* застосовується для більш глибокого аналізу взаємозв'язків між ключовими економічними змінними на монополізованих ринках. Зокрема, регресійні моделі можуть виявити, як зміни в цінах, обсягах виробництва, витратах і інших ринкових умовах корелюють із потенційними

монопольними практиками. Це дозволяє дослідникам прогнозувати майбутні тенденції та оцінювати вплив ринкової поведінки на споживачів та конкурентів.

✓ *Машинне навчання.* Застосування методів машинного навчання у сфері вимірювання монопольної влади стає все більш актуальним завдяки здатності алгоритмів ефективно обробляти великі обсяги даних і виявляти складні шаблони в поведінці компаній. Машинне навчання може ідентифікувати непрямі ознаки монопольних практик, аномалії в ціноутворенні, стратегічні взаємодії між компаніями, що разом допомагають виявляти емерджентні монополії до того, як вони зможуть завдати шкоди ринковій конкуренції.

Важливими інструментами в руках аналітиків і політиків, що дозволяють ефективніше ідентифікувати та реагувати на монопольні ризики, сприяючи підтримці здорової ринкової конкуренції, також виступають методи візуалізації даних: графічний аналіз та різноманітні інтерактивні інструменти.

Графічний аналіз відіграє важливу роль у візуалізації комплексних даних, що дозволяє зрозуміти і проаналізувати різноманітні тенденції і залежності у великих обсягах інформації. Використання діаграм, графіків, гістограм, розсіювальних діаграм та інших візуальних інструментів сприяє кращому розумінню динаміки ринку. Наприклад, графік Індексу Герфіндаля-Хіршмана може відобразити зміни у концентрації ринку протягом часу, демонструючи, як зливання компаній або зміни в ринкових частках впливають на структуру ринку. Такий підхід є незамінним для розуміння монопольної влади та її впливу на конкуренцію.

Інтерактивні інструменти: Розробка інтерактивних дашбордів є кроком вперед у візуалізації даних, надаючи аналітикам та регуляторам потужні інструменти для більш деталізованого та гнучкого аналізу. Інтерактивні дашборди дозволяють користувачам маніпулювати змінними, фільтрувати дані та глибше аналізувати специфічні сегменти ринку або поведінкові патерни. Наприклад, можна аналізувати вплив певних монопольних практик на

ціноутворення в реальному часі, візуалізувати реакцію ринку на регуляторні зміни або нові входження на ринок. Такий підхід сприяє кращому ідентифікації та розумінню монопольних тенденцій, а також формуванню обґрунтованих рішень у сфері антимонопольного регулювання.

Наведені вище методи аналізу даних є критично важливими для розуміння структури ринку, владних позицій окремих гравців та впливу їх діяльності на економічну конкуренцію та споживачів, що є основою для формування ефективної антимонопольної політики. Ці методи збору та аналізу даних формують основу для розробки ефективних стратегій моніторингу та регулювання монополій, дозволяючи вчасно реагувати на зловживання монопольним становищем та сприяти здоровій конкуренції на ринку.

2.2. Аналіз впливу монополій на ринок з використанням кількісних показників

Проблематика монополізації в Україні має глибоке коріння та широкомасштабний вплив на економіку країни. В Україні спостерігається майже повна монополізація не лише окремих ринків, а й цілих галузей, що включає виробництво, посередництво, торгівлю та послуги. Це сприяє створенню інституційних монополій, які контролюють "правила гри" на ринку, часто оберігаючи свої позиції за допомогою адміністративних бар'єрів та інформаційного монополізму. Це веде до високої концентрації ринкової влади, що стримує розвиток конкуренції та економічного різноманіття. Основну масу монопольних утворень в Україні складають [6]:

– інституційні монополії, які мають такі специфічні характеристики:

1) інституційна монополія реалізується внаслідок домінування певних соціально-економічних інтересів через контроль над самими «правилами гри», які є основою економічних та інших взаємодій;

2) така монополія є абсолютною, оскільки захищена адміністративними бар'єрами, які дуже важко подолати, а інколи просто неможливо;

3) доповнюється інформаційною монополією. Таким чином, негативний вплив інституційних монополій більшою мірою проявляється в умовах слабо розвинутих ринкових відносин, низької спроможності економічної системи до саморегулювання, більшої невизначеності та труднощів суб'єктів державного донорства в отриманні повноцінного податкового та реформованого тощо;

- ресурсні монополії: більшість вітчизняних підприємств-монополістів зосереджена у сировинних та енергозатратних галузях економіки;
- природні монополії: продукція, що виробляється суб'єктами природних монополій, бере участь в усіх, без винятку, виробничих процесах та задовольняє першочергові потреби житлового сектора.

По-третє, монополія в Україні – це синтез ринкової влади, політики, корупції та злочинності. Монопольна влада зосереджена в руках кланово-олігархічної верхівки [19, с. 35].

Органи влади нерідко здійснюють примусовий розподіл ринкових ніш, віддаючи найприбутковіші сегменти «своїм» компаніям, а ті, у свою чергу, перераховують гроші цій владі чи окремим чиновникам майбутнього. Очевидно, що таке втручання чиновників у роботу ринкового механізму завжди прямо чи опосередковано вигідно одним конкурентам і завдає шкоди іншим, сприяє перетворенню конкурентних ринків на монополії.

За даними антимонопольного комітету [23], станом на 2023 рік природна монополія складає 7,2 %, жорстока монополія – 15,4 %, ринок з ознаками домінування підприємства – 27,6 %.

Аналізуючи рис. 2.1, можна стверджувати, що питома вага монополізованих ринків в Україні залишається на високому рівні, що спричиняю високі монопольні ціни та низьку платоспроможність населення. Рівень конкурентних ринків є меншим від половини загального рівня.



Рис. 2.1. Структура ринку України [17, с. 55]

Нерівність умов конкуренції пов'язана з неоднаковим режимом оподаткування, субсидії та привілеї від державних чи місцевих органів влади, преференційний доступ до землі, інфраструктури тощо. У результаті неефективні фірми працюють краще, тоді як їхні більш продуктивні конкуренти страждають. Всупереч логіці ринкової економіки, вони не здатні витіснити або поглинути менш ефективних конкурентів.

Для вивчення особливостей монополізації національної економіки служать інформаційні дані, які містяться у звітах Антимонопольного комітету України [1; 22; 23]. Однак у довгостроковій перспективі провести аналіз за єдиною методикою стає неможливою задачею, оскільки починаючи з 2016 року, Антимонопольний комітет перейшов виключно на результати опитувань респондентів для оцінки рівня конкуренції.

На ринках, де спостерігаються ознаки одноосібного домінування (де частка найбільшого суб'єкта господарювання становить понад 35%), припадає приблизно 30,8% загального обсягу реалізації продукції, тоді як 9,8% загального обсягу товарів, робіт і послуг продаються на монополізованих ринках, де частка найбільшого суб'єкта господарювання перевищує 90%. Загалом можна

констатувати, що близько 57% внутрішнього ринку України належить до ринків з низьким рівнем конкуренції [23].

Цікаво відзначити, що протягом періоду з 2017 по 2021 роки частка ринків з конкурентною структурою значно скоротилася, знизившись з 46% до 42%. Замість цього, частка монополізованих ринків та ринків з ознаками одноосібного домінування зростає [22].

Результати опитування суб'єктів господарювання Антимонопольним комітетом є значущими для розуміння монополізації національної економіки. Вони вказують на переважання внутрішньоукраїнської конкуренції, зазначеної більшістю підприємців у 2021 році. Тільки 20% з них розглядають внутрішню та зовнішню конкуренцію в національній економіці на одному рівні, і лише 22% вважають, що зовнішня конкуренція переважає над внутрішньою. Важливо відзначити, що розподіл відповідей респондентів суттєво змінився у відношенні оцінювання рівня зарубіжної конкуренції, яка збільшилася з 13,9% до 22%, і внутрішньоукраїнської конкуренції, яка зменшилася з 65,9% до 58% [18, с.32].

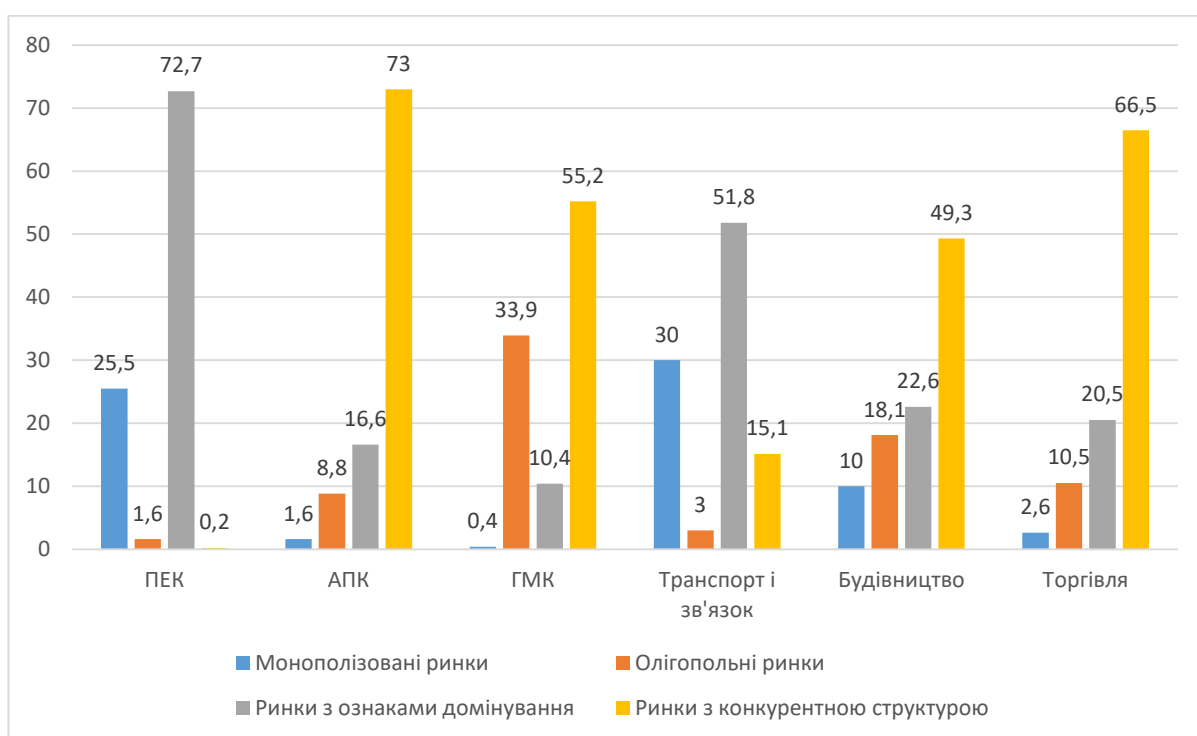


Рис. 2.2. Частки ринків з різними конкурентними структурами за секторами економіки у 2021 р., %

Джерело: побудовано автором за даними [22]

Структурні передумови конкуренції в різних секторах національної економіки демонструють значні відмінності. Ринки агропромислового комплексу та торгівлі традиційно відзначаються високим рівнем конкуренції, тоді як паливно-енергетичний комплекс, транспорт та зв'язок характеризуються значним рівнем монополізації [18, с.32].

Відповідно до реєстру, розміщеному на сайті АМКУ, більше ніж 3000 підприємств вважаються природними монополіями. В основному вони надають транспортні та житлово-комунальні послуги. Але при цьому не можна казати, що вони маніпулюють своїм становищем задля встановлення неринкової ціни. Адже ціни і тарифи встановлюють спеціальні комісії, а до процесу ціноутворення прикута досить широка увага громадськості.

Аналізуючи структуру галузевого ринку України протягом останніх п'яти років зазначимо, що суттєвих змін в тенденціях не відбулося. Відповідно, найбільш неконкурентними галузями залишаються видобуток і перероблення нафти (3775 пунктів по ННІ), авіаперевезення (3417), тютюнова промисловість (3233), видобуток газу (3221). Якщо робити більш детальний аналіз, то виробництво безалкогольних напоїв, пиво, кондитерські вироби, телекомунікація – приклади монополізованих галузевих ринків, станом на 2021 рік.

Найбільш конкурентними ринками є молочна продукція, цукор, торгівля імпортом авто і банківський сектор.

Але все ж очевидно, що наша економіка надмірно затиснута монополіями. Особливо це стосується нафто-перероблення, авіа- і залізничних перевезень, роздрібної та оптової торгівлі. А це велике поле для діяльності Антимонопольного комітету, який потребує оновленої стратегії для розвитку конкуренції на ринках України.

Приклади монополізації національної економіки можна спостерігати на ринку мобільного зв'язку. Цей ринок контролюється основними компаніями-операторами, такими як Київстар, Vodafone та Lifecell. У даному випадку, за експертними оцінками, компанія Київстар володіє найбільшою часткою ринку,

а саме 45%. Значна частка ринку також припадає на компанію Vodafone, яка має 30% і Lifecell 25%.

На перший погляд, ринок мобільного зв'язку виглядає як жорстка конкуренція в межах олігопольної конкурентної структури. Проте насправді цей ринок виявляє всі ознаки штучної монополії, і це стало очевидним при одночасному зменшенні тривалості періоду абонентської плати компаніями Київстар та Vodafone, що призвело до збільшення кількості платежів від абонентів [8].

Індекс ННІ розрахуємо як суму квадратів ринкових часток усіх компаній на ринку.

$$ННІ=S1^2+S2^2+S3^2= 0,45^2+0,30^2+0,25^2=0,355$$

Отримане значення ННІ = 0.355 вказує на те, що ринок мобільного зв'язку є висококонцентрованим. Це означає, що значна частина ринку зосереджена в руках кількох великих фірм, що може свідчити про наявність монопольної влади або домінуючої позиції цих фірм на ринку. У такій ситуації антимонопольні органи можуть уважніше слідкувати за діяльністю цих фірм, щоб запобігти потенційному зловживанню монопольним становищем та забезпечити конкурентні умови на ринку.

Спробуємо розрахувати для ринку мобільного зв'язку Коефіцієнт Джині: Для цього впорядкуємо частки ринку в порядку зростання: 0.25, 0.30, 0.45. Отримаємо такі дані.

$$G=12[1-(0.25^2+0.30^2+0.45^2)]=12[1-(0.0625+0.09+0.2025)]=12[1-0.355]=0.3225$$

Коефіцієнт Джині варіюється від 0 до 1, де 0 означає повну рівність (всі фірми мають однакові ринкові частки), а 1 означає максимальну нерівність (одна фірма контролює весь ринок). Отримане значення 0.3225 вказує на помірну нерівність у розподілі ринкових часток між фірмами на ринку мобільного зв'язку. Хоча ринок не є повністю рівномірним, немає й надзвичайно високої концентрації, де одна фірма домінує над усіма іншими. На ринку присутня конкуренція між трьома фірмами, але частки ринку нерівномірно розподілені.

Коефіцієнт концентрації (CR3):

$$CR3=S1+S2+S3=0.45+0.30+0.25=1.00$$

Отримане значення CR3 = 1.00 (або 100%, якщо виражати у відсотках) вказує на те, що три найбільші фірми на ринку мобільного зв'язку разом займають 100% ринку.

Це означає, що ринок є повністю сконцентрованим між трьома фірмами, і немає жодних інших конкурентів, які б займали значну частку ринку. Така ситуація свідчить про високу ринкову концентрацію та потенційно обмежену конкуренцію. У цьому контексті можна зробити висновок, що така висока концентрація може викликати занепокоєння антимонопольних органів, які можуть розслідувати можливі антиконкурентні практики та вжити заходів для забезпечення більшої конкуренції на ринку.

Можна запропонувати приклад вирішення певної проблеми на прикладі ринку мобільного зв'язку ЄС.

Найвпливовішими мобільними операторами ЄС є такі компанії:

«1. Vodafone Group Plc: Одна з найбільших мереж у світі, яка працює у багатьох країнах ЄС.

2. Deutsche Telekom AG (включаючи бренд T-Mobile): Оператор, який має значну присутність у Європі, зокрема в Німеччині та інших країнах.

3. Orange SA: Ця французька компанія є одним з провідних мобільних операторів в Європі та світі.

4. Telefónica SA (включаючи бренди O2 та Movistar): Іспанський оператор з міжнародним присутністю, включаючи країни Європейського Союзу.

5. Telecom Italia SpA: Ця італійська компанія, що працює під брендом TIM, також має свою присутність у деяких країнах ЄС» [35].

Проведемо аналіз ємності та концентрації ринку мобільних послуг на ринку ЄС. Нижче визначено долі основних представників ринку в залежності від доходу за 2023 р. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Долі великих мобільних операторів ЄС у 2023 р. [35]

Підприємство на ринку	Доля на ринку % (D _i)
-----------------------	--------------------------------------

Vodafone Group Plc	30
Deutsche Telekom AG	25
Orange SA	23
Telefónica SA	12
Telecom Italia SpA	10
Усього:	100,0

Графічно положення на ринку самих великих представників мобільних операторів наведено на рис. 2.3.

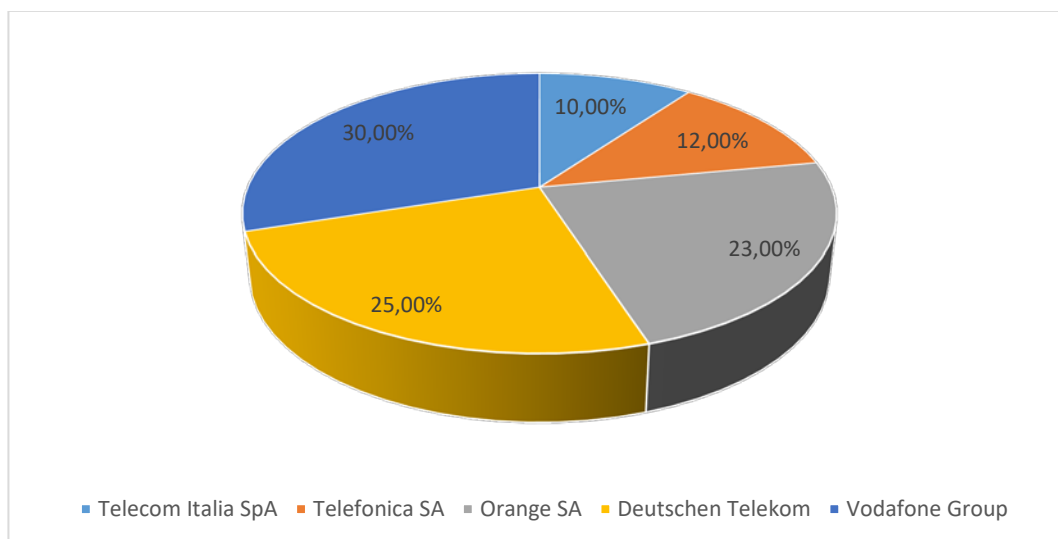


Рис. 2.3. Доля великих мобільних операторів ЄС у 2023 р.[35]

З табл. 2.1 та рис. 2.3, можна зробити висновок, що Vodafone Group Plc (30%) займаючи найбільшу ринкову частку, має сильну позицію на ринку. Її присутність у багатьох країнах ЄС надає їй значний вплив і можливості для розвитку нових послуг та продуктів. Однак, з такою великою часткою ринку, можуть виникнути питання щодо можливостей конкурентів і заходів для забезпечення конкурентоспроможності. Deutsche Telekom AG (25%) також зі значною ринковою часткою, Deutsche Telekom має сильну позицію, особливо в Німеччині та інших країнах ЄС. Вона може використовувати свої ресурси для інвестицій у нові технології та розвиток мережі. Однак, конкуренція з Vodafone та іншими операторами може залишати її в стані постійного змагання за ринкову частку Orange SA (20%), як один з провідних операторів у Європі, Orange має великий вплив у декількох країнах ЄС. Вона може скористатися своєю ринковою часткою для впровадження нових послуг та заходів для привернення клієнтів.

Однак, вона також повинна зберігати конкурентоспроможність у змаганні з іншими операторами. Telefónica SA (15%) маючи меншу ринкову долю, Telefónica все ще займає значне положення на ринку. Вона може концентруватися на інноваціях та розвитку у своїх ключових ринках. Однак, вона також може бути викликана боротьбою за ринкову частку та збереженням прибутковості. Telecom Italia SpA (10%) – хоча її ринкова доля менша, Telecom Italia все ще є важливим гравцем на європейському ринку. З такою часткою ринку, вона може зосередитися на оптимізації своїх послуг та розвитку нових напрямків бізнесу. Проте, конкуренція з більшими операторами може бути важливим викликом.

Загалом, основні мобільні оператори в Європейському Союзі мають сильні позиції на ринку, але їм доведеться продовжувати конкурувати за ринкову частку та забезпечувати інноваційний розвиток, щоб залишатися конкурентоспроможними у змінному середовищі.

Інформація про розподіл часток ринку між підприємствами надає можливість проаналізувати конкурентну структуру ринку, що є метою маркетингового дослідництва. Для цього використовувати статистичні методи, зокрема розрахунок коефіцієнту концентрації ринку (CR) та індекс Хіршмана-Херфіндаля (ННІ), які характеризують переважання на ринку того чи іншого підприємства.

Для розрахунку обираємо 3 крупних оператора, а саме Vodafone Group Plc (30 %), Deutsche Telekom AG (25 %) та Orange SA (23 %):

$$CR(3) = 78 \%$$

Індекс Хіршмана-Херфіндаля визначається як сума квадратів часток ринку кожної крупної фірми, та розраховується за формулою (2.3):

$$ННІ = \sum_{k=1}^m D_k^2, \quad (2.3)$$

де ННІ – індекс Хіршмана-Херфіндаля;

D_k – доля k-го крупного підприємства на ринку;

m – число крупних підприємств.

Для розрахунку обираємо ті ж самі три крупні підприємства:

$$HHI = 30^2 + 25^2 + 23^2 = 2054.$$

Отже, з розрахованих даних про ринок мобільних операторів в Європейському Союзі, можна зробити наступні висновки, визначити частку монопольного ринку:

Ринок мобільних операторів в ЄС має високий рівень концентрації, оскільки коефіцієнт концентрації CR(3) дорівнює 75%. Це означає, що три найбільших оператори контролюють значну частину ринку. Величина Індексу Хіршмана-Херфіндаля (HHI) також підтверджує високий рівень концентрації ринку, оскільки вона становить 2054. Чим вище значення HHI, тим більша концентрація ринку.

Звідси випливає проблемка кількісних показників. По-перше, дослідження враховувало тільки великих гравців ринку, якщо брати всіх операторів, їх частка розмиється. Також компанії можуть розмивати свою частку за допомогою розширення свого поля діяльності. По-друге сама монополія як явище не є проблемою, негативні наслідки з'являються коли компанія з такою позицією використовує її на свою користь. Фактично деякі індекси не можуть чітко показати чи компанія використовує свою позицію на користь собі. Від багатьох факторів залежить правильна оцінка, наприклад визначення релевантного ринку. Така робота потребує ретельного аналізу та врахування всіх складових.

Але все ж таки, коли монополісти зловживають своєю позицією, можна запропонувати наступні заходи:

- запровадження антимонопольної політики для забезпечення здорової конкуренції на ринку та запобігання формуванню монополій в галузі комунікацій на території ЄС;

- сприяння входу нових учасників на ринок шляхом зниження бар'єрів до вступу, таких як регуляторні обмеження та високі вартості старту;

- заохочення інвестицій у технології та інновації, що стимулюватиме конкуренцію та розвиток нових послуг для споживачів;

- зміцнення регуляторного контролю за діяльністю монополістів та застосування санкцій у разі порушення антимонопольних правил в галузі мобільного зв'язку.

Наведені заходи можуть сприяти створенню більш конкурентного та здорового ринку.

2.3. Проблеми в застосуванні кількісних показників на практиці

При застосуванні кількісних показників для оцінки рівня конкуренції та монополізації на практиці регулятори та аналітики стикаються з низкою юридичних і економічних викликів. Неправильне трактування чи використання метрик може призвести до хибних висновків та неефективних рішень. Розглянемо детальніше ці проблемні аспекти.

В частині юридичних викликів слід підкреслити відсутність єдиних загально визнаних підходів і критеріїв для інтерпретації різних кількісних метрик створює юридичну невизначеність. Наприклад, немає чітко встановлених порогових значень індексів концентрації, за якими ринок вважається високо концентрованим. Антимонопольні органи в різних юрисдикціях використовують різні критерії та пороги. підходів та критеріїв.

Також суперечливою є практика застосування кількісних показників у судових спорах. Наприклад, антимонопольний позов проти AT&T був частково відхилений судами США через невизначеність підходів до застосування HHI та CR. В Європі різні суди по-різному тлумачили значення окремих метрик.

Наступна проблема пов'язана із збором та верифікацією даних. Адже для розрахунку більшості релевантних показників потрібні дані про обсяги продажів, частки ринку, ціни, витрати гравців. Отримати такі дані від приватних компаній юридично складно, а самостійний збір регуляторами

потребує значних ресурсів і часу. Виникають проблеми верифікації та достовірності.

Серед економічних викликів доцільно назвати проблему визначення релевантного ринку. Більшість кількісних метрик розраховуються для конкретного визначеного релевантного ринку. Проте на практиці нерідко виникають складнощі щодо меж цього ринку - географічних, товарних, щодо замінників тощо. Помилкове визначення ринку спотворює показники.

Крім того, багато монополістів застосовують цінову дискримінацію та диференціацію товарів для різних груп споживачів. За таких умов класичні показники монопольної влади, такі як індекс Лернера, не завжди коректно відображають реальну ситуацію [5].

Для коректної інтерпретації деяких показників необхідно враховувати безліч специфічних чинників і припущень, що не завжди можливо зробити на практиці. Наприклад, розрахунок індексу для Резидуального попиту потребує припущень щодо поведінки фірм та еластичності попиту.

Під час оцінки перспективних злиттів та викупів компаній за допомогою кількісних показників досить складно спрогнозувати майбутні динамічні ефекти на ринку - зміну конкурентної поведінки гравців, часток ринку тощо. Внаслідок частими є помилки прогнозів.

Надмірна фіксація на кількісних метриках часто призводить до ігнорування якісних чинників конкуренції - ступеня диференціації, масштабів інновацій, можливості входу нових гравців тощо. Виникають ризики хибних оцінок.

Нижче розглянуті декілька конкретних випадків, коли некоректне використання кількісних метрик призвело до помилкових рішень регуляторів.

У 2013 році Департамент юстиції США заблокував запропоноване злиття American Airlines та US Airways, посилаючись на невідповідність операції антимонопольним нормам через високу концентрацію у галузі. Регулятор застосував традиційну методику розрахунку ННІ та інших індексів концентрації. Проте згодом економічний аналіз показав, що такий підхід був хибним і не

враховував специфіку авіагалузі. Зокрема, ключовими факторами конкуренції є маршрутні мережі, місткості та провізні потужності перевізників. Різні аеропорти мали різний рівень конкуренції. Тож концентрація та монопольна влада у секторі була переоціненою. Врешті, злиття все ж було схвалено [37].

Ще типова проблемна ситуація - оцінка бар'єрів входу на ринки цифрових платформ. Специфіка ІТ-галузі та цифрових платформ, таких як пошукові системи, соцмережі, онлайн-магазини, полягає у наявності сильних мережевих ефектів, коли цінність платформи зростає експоненціально зі збільшенням її користувачів.

При аналізі угод і практик цифрових гігантів на кшталт Google, Facebook, Amazon регулятори стикалися зі складнощами оцінки реальних бар'єрів входу на ці ринки. Застосування класичних методик на основі ринкових часток, індексів концентрації часто призводило до хибного висновку, що вхід нових гравців можливий і потенційна конкуренція висока.

Таким чином, у сучасному світі ефективне антимонопольне регулювання відіграє ключову роль у забезпеченні справедливої конкуренції та захисті інтересів споживачів. Швидкі зміни в технологіях та розвиток глобальних ринків вимагають постійного адаптування і вдосконалення механізмів регулювання для забезпечення їхньої ефективності. У цьому контексті розгляд заходів щодо посилення ефективності антимонопольного регулювання стає надзвичайно важливим завданням для забезпечення стабільності та розвитку ринкової економіки.

Ефективна антимонопольна політика Європейського Союзу базується на різноманітних методиках та інструментах, які спрямовані на забезпечення конкурентної поведінки на ринках та запобігання антимонопольним порушенням. Методики та розрахунки, які застосовуються в рамках антимонопольної політики ЄС наступні [37]:

1) оцінка концентрації ринків – використовуються різні методи оцінки концентрації ринків, такі як індекс Херфіндаля-Гіршмана (ННІ) або

концентрація ринку. Ці розрахунки допомагають визначити, чи існує домінування на ринку і який його рівень;

2) аналіз домінування на ринку – оцінка домінування на ринку включає в себе розгляд частки ринку певних підприємств, їхньої здатності впливати на ціни або інші умови ринку, а також визначення можливостей виникнення антимонопольних практик;

3) аналіз мерджерів та аквізицій – для оцінки впливу мерджерів та аквізицій на конкуренцію використовуються різні методи, такі як «UPWARD SSNIP test» та інші. Ці розрахунки оцінюють, чи сприятливо вплине об'єднання підприємств на конкуренцію на ринку;

4) економічні моделі та симуляції – використання економічних моделей та симуляцій дозволяє прогнозувати наслідки антимонопольних рішень та визначати ефективні стратегії політики. Такі моделі враховують різні фактори, такі як ціни, обсяги виробництва та інші аспекти конкурентного ринку;

5) емпіричні дослідження – проведення емпіричних досліджень дозволяє оцінити ефективність антимонопольної політики та визначити її вплив на ринкову конкуренцію та ефективність.

Наведені методи та розрахунки допомагають визначити ефективні стратегії антимонопольної політики Європейського Союзу та забезпечити конкурентну поведінку на його ринках і повинні знайти належне місце в практиці використання в Україні.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА МОНОПОЛЬНИМИ РИНКАМИ

3.1. Інноваційні підходи до вимірювання та контролю монополій

Еволюція цифрових технологій і накопичення величезних масивів даних відкривають нові можливості для вимірювання та контролю монопольної влади. Регулятори й дослідники активно розробляють та впроваджують інноваційні підходи та методики, які дозволяють глибше зрозуміти природу конкуренції та монополізації в різних галузях економіки.

Використання новітніх технологічних інструментів, зокрема застосування технік *big data analytics* допомагає антимонопольним органам збирати, опрацьовувати та аналізувати колосальні обсяги інформації про ціни, обсяги продажів, маркетингову активність гравців ринку. Наприклад, автоматизований моніторинг цінових стратегій та синхронізації цін у реальному часі на основі даних е-комерції.

З використанням новітніх методів *data mining* та прогнозної аналітики стало можливим краще оцінювати потенційний вплив майбутніх злиттів та поглинань на конкуренцію і ринкову структуру. Зокрема, можна моделювати зміни очікуваних часток ринку учасників угоди, варіювати сценарії їх поведінкової реакції, передбачати ймовірність змови тощо.

Цікавим інструментом є метод "merger симуляції" – побудови математичних моделей галузевої рівноваги на основі емпіричних даних та прогнозування наслідків злиття для ринкової структури. Такі симуляції активно використовуються владою США, ЄС, інших країн під час оцінки перспективних операцій МБ.

Потужні алгоритми скрепінгу й парсингу вебданих уможливають автоматизований збір та аналіз величезних масивів цінової, продуктової та іншої конкурентно чутливої інформації про компанії. Наприклад, дослідники

можуть відстежувати зміни цін, політики обслуговування, асортименту в онлайн-магазинах, на платформах бронювання і т.д.

Таким чином, стає можливим оперативно виявляти випадки потенційної паралельної цінової поведінки, скоординованої продуктової політики монополістів тощо. Результати скрейпінгу можуть бути використані як докази в судах.

Застосовуючи спеціальні аналітичні інструменти, регулятори можуть відстежувати й аналізувати рекламну активність тих чи інших гравців на різноманітних платформах реклами - Google, Meta, сайтах тощо. Це дозволяє оцінити рекламні бюджети, цільові аудиторії, географію та ефективність кампаній.

На основі таких даних можна виявляти ознаки антиконкурентних дій, спрямованих на сегментацію ринків, створення бар'єрів входу, споживчий обман тощо. Інструменти трекингу широко використовуються в розслідуваннях сучасних цифрових монополістів.

Для аналізу специфічних аспектів монополізації в певних галузях створюються вузько спеціалізовані методики та алгоритми. Наприклад, у сфері телекомунікацій та медіагалузі є моделі та інструменти для аналізу взаєморозташування та накладання телекомунікаційних мереж конкурентів, антимонопольного регулювання інтерконектів і платежів.

У фармацевтичній індустрії розроблені методики оцінки впливу патентних мереж, стратегій пролонгування патентів, реєстраційних бар'єрів на рівень конкуренції. У транспортній сфері існують інструменти імітаційного моделювання руху вантажів, вибору маршрутів та оптимізації логістики.

Новітні методи економічного аналізу монополій базуються на побудові складних економіко-математичних та економетричних моделей. Їх мета - кількісно оцінити міру монопольної влади учасників ринку, спрогнозувати їхню поведінку та наслідки цієї поведінки для споживачів.

На противагу традиційним та досить обмеженим метрикам монопольної влади на кшталт індексів Лернера, використовують комплексні багатофакторні моделі, такі як:

- Модель структурних резидуальних коефіцієнтів попиту (Residual Demand Estimation). Дозволяє оцінити монопольну владу окремих фірм на основі концепції залишкового попиту.

- Моделі оцінки гранично трансфертного надбавлення (Marginal Cost-based Techniques) для непрямой оцінки маржинальних витрат на базі моделювання функції попиту.

- Моделі дисперсії цін (Price Dispersion Models) для визначення ступеня відхилення цін від стану конкурентної рівноваги.

- Моделі на основі теорії ігор широко використовуються для прогнозування наслідків злиттів та поглинань. Вони дозволяють оцінити потенційні зміни в цінових стратегіях учасників, трансфертах надлишку між продавцями та споживачами, добробуту суспільства в цілому. Найвідомішими з них є:

- ігра Байєса-Неша ціноутворення (Bayesian-Nash pricing game) - описує взаємодію олігополістів, які максимізують очікувану віддачу, враховуючи невизначеність попиту та ймовірні реакції суперників;

- динамічні моделі вступу та виходу фірм на ринок (Entry/Exit Games) - дозволяють передбачити вплив злиття на потенційних майбутніх конкурентів та бар'єри входу в галузь;

- аукціонні моделі (Auction Models) для симуляції конкуренції на торгах державних контрактів. Такі ігрові моделі часто інтегруються в більш загальні структурні економетричні моделі для отримання комплексних оцінок.

Сучасні класи моделей оцінки наслідків антиконкурентної поведінки дозволяють чисельно оцінити збитки споживачів від тих чи інших дій монополістів, необхідність втручання регуляторів та оптимальні санкції:

- Моделі визначення цінових надбавок (Price Overcharge models) для виявлення ступеню завищення цін відносно конкурентного рівня.

- Моделі оцінки втрат суспільного добробуту через монопольну владу - deadweight loss і споживчий надлишок.
- Симуляційні моделі аналізу наслідків утримання продукту (product withholding) або затримки релізів нових продуктів/оновлень монополістами.

Застосування складних компартаментних та міжгалузевих моделей, таких як динамічні моделі загальної рівноваги (computable general equilibrium models) дозволяють моделювати прямі та непрямі наслідки монополізації ринків для всієї економіки в цілому. Вони враховують взаємозв'язки між різними галузями і ринками.

Наприклад, можна оцінити, як монопольна влада на одному ринку факторів виробництва поширює свій негативний вплив на ціни та обсяги випуску інших галузей через ланцюжки створення вартості. Або спрогнозувати довгострокові загальноекономічні втрати від гальмування інновацій в умовах монополії.

Певні дослідники розробляють більш деталізовані емпіричні моделі поведінки монополістів у різних галузях. Такі моделі враховують технологічні особливості виробництва, структуру витрат, інвестиційні обмеження, етапи життєвих циклів продуктів, географічні аспекти конкуренції тощо.

Наприклад, у нафтогазовій галузі моделюють стратегії розвідки та видобутку корисних копалин, реінвестування прибутків, політику щодо відкриттів нових родовищ крупними гравцями. У фармацевтиці - процеси розробки, патентування, ціноутворення на лікарські препарати.

Метою таких емпіричних компартаментних моделей є максимально реалістичне відтворення специфічних аспектів монополізації в певних секторах для обґрунтування оптимальної політики регулювання.

Окремий напрямок – виявлення цінової дискримінації споживачів великими онлайн-майданчиками та платформами. Використовуючи дані про історію пошуків, розташування, пристрої користувачів, можна визначити, чи застосовують продавці диференційоване персоналізоване ціноутворення до

різних сегментів споживачів. Така практика, особливо в умовах домінування монопольних платформ, може вважатися зловживанням та штучним обмеженням конкуренції.

Таким чином, останніми роками завдяки швидкому розвитку цифрових технологій, методів обробки великих даних та машинного навчання, інструментарій для аналізу монополій та антиконкурентної поведінки суттєво збагатився. Сучасні економісти та регулятори отримали потужні нові інструменти для виявлення та кількісної оцінки впливу монополістичної практики, прогнозування наслідків концентрації ринків.

Класичним проявом антиконкурентної поведінки є картельні змови - таємні угоди учасників ринку щодо встановлення монопольно високих цін, розподілу квот виробництва чи територій продажу. Це одна з найсерйозніших форм порушення законодавства про конкуренцію. Виявлення та доведення факту існування картелю традиційно було складним і потребувало копіткої роботи антимонопольних агентств.

Однак нові методи машинного навчання на основі обробки великих масивів цифрових даних суттєво полегшують цю роботу. Алгоритми штучного інтелекту здатні аналізувати мільйони історій цін, обсягів продажів, рекламної активності компаній, виявляти найменші аномалії та підозрілі паттерни поведінки, які можуть указувати на узгоджені дії конкурентів.

Припустимо, що якщо ціни на продукцію всіх учасників певного ринку синхронно та безпідставно змінюються в одному напрямку, особливо на географічно розрізнених локальних ринках, це може бути ознакою картельної змови. Складні моделі глибинного навчання допомагають виявляти такі закономірності та відхилення на ранніх стадіях.

Одним із ключових інструментів монополізації ринків є горизонтальні злиття та поглинання конкурентів. Транзакції M&A суттєво змінюють конкурентне середовище, зменшують кількість незалежних гравців, створюють умови для одноосібного домінування чи координованих дій олігополістів.

Тому антимонопольні органи регулярно вивчають вплив запланованих угод М&А на стан конкуренції перед їх дозволом. Це складний комплексний аналіз, що потребує залучення новітніх кількісних методів прогнозування.

По-перше, для передбачення можливого об'єднання компаній використовуються методи машинного навчання на основі історичних даних про злиття і поглинання. Збираються масиви відомостей про власників активів, фінансові й операційні показники фірм, ринки їх присутності, патентну активність тощо. На цих даних тренуються моделі бінарної класифікації, які визначають ймовірність майбутнього об'єднання пари компаній.

Виявлення високої ймовірності злиття дозволяє регуляторам заздалегідь оцінювати потенційний вплив такої операції на конкуренцію та підготувати необхідні регуляторні заходи. Найбільш перспективними для таких прогностичних задач виявилися згорткові та рекурентні нейронні мережі, дерева рішень, метод опорних векторів та ансамблеві моделі.

Якщо ризик надмірної концентрації ринку оцінюється як високий, розпочинається детальний аналіз наслідків потенційного злиття з використанням комплексу економетричних моделей та симуляцій.

Широко застосовуються структурні економетричні моделі, засновані на теорії ігор, які описують взаємодію фірм на ринку як некооперативну гру. Моделі ціноутворення на кшталт Байєса-Неша оцінюють потенційні зміни стратегій та рівноважних цін після злиття фірм. Імітаційні моделі вступу/виходу фірм з ринку передбачають вплив угоди М&А на майбутніх потенційних конкурентів і бар'єри входження. Аукціонні ігрові моделі симулюють наслідки для державних закупівель і тендерів.

Окремо розробляються динамічні моделі загальної рівноваги для всієї економіки, які оцінюють непрямі ефекти монополізації певних галузей на інші сектори через ланцюжки створення вартості. Виявлення загроз суспільному добробуту на ранніх етапах дозволяє коригувати угоди, вимагати структурних ремедій (продажу активів) чи повністю блокувати злиття.

Окрім ідентифікації антиконкурентних змов та контролю злиттів, сучасні інструменти машинного навчання активно використовуються для виявлення інших форм зловживання монополієм та обмеження конкуренції.

Зокрема, великі обсяги структурованих і неструктурованих цифрових даних (веб-трафік, соцмережі, онлайн-рев'ю тощо) аналізуються для оцінки якості персоналізації та рекомендаційних систем цифрових платформ. Моделі персоналізації дозволяють виявляти, чи пропонують монополісти належний рівень відповідності рекомендацій смакам та інтересам користувачів. Занадто обмежені опції вибору та маніпулятивне підштовхування в бік певних товарів/послуг можуть розцінюватись як зловживання домінуючим становищем.

Методи обробки природної мови допомагають сканувати величезні масиви неструктурованого контенту (новини, патенти, звіти компаній) на предмет ознак відмови від конкуренції, розподілу ринків, створення бар'єрів входу тощо. Комп'ютерна лінгвістика виявляє приховані семантичні зв'язки, здійснює автоматичне анотування тональності та сентименту текстів.

3.2. Пропозиції з покращення законодавства та методів контролю за монополіями

Важливість покращення законодавства та методів контролю за монополіями незаперечна. Вдосконалення антимонопольного законодавства сприятиме забезпеченню конкурентноспроможного середовища для бізнесу та захисту інтересів споживачів. Нові методи контролю допоможуть у протидії монополізації ринків та забезпечать більш ефективний механізм реагування на порушення антимонопольних правил.

Проблеми у законодавстві та методах контролю за монополіями, що були визначені у дослідженні, на нашу думку, включають:

- недостатня чіткість або протиріччя в законодавстві, що може призвести до неоднозначного тлумачення правил або використання юридичних прогалів;

- обмежена ефективність механізмів контролю, яка може виникати через недостатні ресурси або недостатню кваліфікацію персоналу;

- неспроможність законодавства адаптуватися до швидких змін у технологічному або економічному середовищі, зокрема у сфері цифрової економіки;

- відсутність міжнародного або транскорпоративного співробітництва у боротьбі з монополіями, що може призвести до уникнення відповідальності компаніями;

- нерівномірний розвиток антимонопольних інструментів та практик між різними країнами, що може створювати нерівні умови конкуренції для бізнесу.

Звичайно рівень фахівців в керівництві ЄС дуже високий, та ці проблеми постійно вирішують, але можна із свого боку запропонувати напрямки вирішення зазначених проблемних питань:

Зважаючи на вищезазначені проблеми, можна запропонувати наступні пропозиції для покращення законодавства та методів контролю за монополіями:

1) чіткість та узгодженість законодавства:

- проведення систематичного аналізу та оновлення законодавства з урахуванням поточних та майбутніх викликів конкурентного середовища;

- запровадження механізмів узгодження міжнародного та національного законодавства для уникнення протиріччя та неоднозначного тлумачення правил;

2) підвищення ефективності контрольних механізмів:

- збільшення фінансування та ресурсів антимонопольних органів для забезпечення належного контролю за діяльністю монополій;

- підвищення кваліфікації персоналу та впровадження інноваційних технологій для поліпшення процесів моніторингу та аналізу;

3) адаптація законодавства до нових технологій:

- розробка гнучкого та швидкозмінного законодавства, що враховуватиме швидкі технологічні зміни, зокрема у сфері цифрової економіки;

- проведення регулярного моніторингу та оцінки впливу нових технологій на конкурентоспроможність та створення відповідного законодавства;

4) співробітництво та координація:

- зміцнення міжнародного співробітництва між антимонопольними органами для обміну інформацією та спільного реагування на виклики монополізації ринків;

- поглиблення співпраці між національними та європейськими антимонопольними органами для створення єдиної стратегії боротьби з монополіями;

5) стимулювання конкуренції та інновацій між країнами з відмінним рівнем розвитку:

- запровадження механізмів стимулювання конкуренції та інновацій, наприклад, за допомогою грантів для стартапів та сприяння доступу нових учасників на ринок;

- регулярне оновлення та адаптація антимонопольних заходів для стимулювання здорової конкуренції та інноваційного розвитку ринку;

Наведені пропозиції можуть сприяти покращенню ефективності антимонопольного регулювання та забезпечити більш конкурентну та інноваційну економіку.

Підвищення ефективності механізмів взаємодії між органами антимонопольного регулювання в Україні може бути досягнуте шляхом вдосконалення спільних процедур та протоколів обміну інформацією між національними та центральними органами, створення спеціалізованих робочих груп для вирішення конкретних питань, а також проведення регулярних тренінгів та семінарів з метою обміну кращими практиками та вдосконалення професійних навичок персоналу. Крім того, важливо забезпечити чітке розподіл компетенцій між різними рівнями антимонопольного регулювання та встановлення механізмів координації дій в разі виникнення конфліктів або спірних ситуацій. Такий підхід сприятиме покращенню ефективності та оперативності антимонопольного контролю в Україні.

Для покращення механізмів взаємодії між органами антимонопольного регулювання в Україні можна рекомендувати здійснити наступні кроки.

1) Створення єдиної платформи для обміну інформацією: розробити спеціалізовану цифрову платформу, яка об'єднає всі антимонопольні органи для швидкого та ефективного обміну даними та інформацією.

2) Регулярні зустрічі та консультації: організувати регулярні наради та консультації між представниками антимонопольних органів з різних країн для обговорення загальних стратегій, вирішення спільних проблем та обміну кращими практиками.

3) спільні робочі групи: створити спеціалізовані робочі групи для вирішення конкретних питань, таких як перевірка фінансових угод чи розгляд скарг на великі корпорації. Ці групи можуть включати експертів з різних країн та організацій для максимальної компетентності. Вони можуть бути спеціалізованими та зосередженими на конкретних аспектах антимонопольної політики, що потребують особливої уваги та експертного аналізу.

4) Підвищення технічної підтримки: забезпечити антимонопольні органи високоякісними технічними засобами та програмним забезпеченням для збору, аналізу та обробки даних. Це допоможе підвищити ефективність процесів прийняття рішень та виявлення порушень.

5) Спільні рекомендації та стандарти: Розробити спільні рекомендації та стандарти щодо проведення антимонопольних розслідувань, встановлення санкцій та інших процедур, що допоможуть забезпечити єдність підходів між різними органами регулювання. Це дозволить забезпечити консистентність у вирішенні антимонопольних справ та сприятиме прозорості та прогнозованості для бізнесу та споживачів.

Критично важливою для ефективного моніторингу та регулювання монополій є покращення прозорості та доступності даних для контролю монополій. Для реалізації цієї цілі, слід розглянути наступні кроки:

1. Законодавчі зміни для забезпечення розкриття інформації:
 - Внесення змін до національного законодавства або регуляторних вимог, що зобов'язують компанії розкривати повну фінансову,

операційну та ринкову інформацію, включаючи дані про ціноутворення, націнки, ринкові частки та інші важливі показники.

- Запровадження стандартів розкриття інформації, які відповідають міжнародним нормам та практикам, забезпечуючи таким чином прозорість та доступність даних для аналізу.

2. Розробка і впровадження платформ для збору та обміну даними:

- Створення централізованих електронних платформ, де компанії можуть подавати необхідну інформацію в єдиному форматі. Це дозволить регуляторам та іншим зацікавленим сторонам легко доступати та аналізувати дані.
- Забезпечення захисту даних та конфіденційності при зберіганні та обробці інформації, відповідно до національних і міжнародних стандартів безпеки інформації.

3. Покращення звітності та аудиту:

- Вимога проведення незалежних аудитів розкритої інформації для перевірки її достовірності та повноти. Незалежні аудиторські органи можуть здійснювати періодичні перевірки, забезпечуючи додатковий рівень перевірки даних.
- Розробка докладних звітних вимог, які включатимуть періодичність подання інформації, а також формати та деталізацію звітів для різних типів даних.

Покращення прозорості та доступності даних може значно посилити ефективність регуляторних механізмів у контролі монопольних практик, а також забезпечити більш справедливі та конкурентні умови на ринку.

Слушною пропозицією провідного вченого О.В.Бандури [3] вважаємо розробку композитних індикаторів для контролю монопольної влади, яка представляє собою інноваційний підхід, що дозволяє об'єднати кілька кількісних мір у єдиний індикатор. Це забезпечує більш глибокий і всебічний аналіз ринкових умов. Детальніше про цю методику нижче:

1. Компоненти композитного індикатора:

- Індекс Лернера: Вимірює різницю між ціною продукту та його маржинальною вартістю, яка відображає ступінь монопольної влади.
- Індекс Герфіндаля-Хіршмана (ННІ): Використовується для оцінки концентрації ринку, вираховуючи суму квадратів часток ринку всіх учасників.
- Націнка на маржинальну вартість: Показує, наскільки висока націнка на продукти або послуги порівняно з їх маржинальною вартістю, що є індикатором монопольного ціноутворення.

2. Методологія об'єднання індикаторів:

- Визначення ваги кожного індикатора на основі його значимості у конкретному контексті ринку або галузі.
- Розробка алгоритму, що інтегрує різні міри у єдиний композитний індикатор, що дозволяє оцінити загальний ступінь монопольної влади.
- Застосування статистичних методів для перевірки надійності та валідності композитного індикатора.

Запропонована Бандурою А.В. і Ткачовою О.В. [3; 4] методика є адаптованою до галузевої специфіки, оскільки включає аналіз особливостей різних галузей, щоб визначити, які індикатори є найбільш репрезентативними для кожної з них, а також налаштування ваг індикаторів в композитному індексі залежно від галузевої специфіки, щоб забезпечити точність та релевантність аналізу.

Практичне застосування: цієї методики полягає у використанні композитного індикатора регуляторними органами для моніторингу та аналізу монопольних тенденцій на різних ринках шляхом забезпечення зворотного зв'язку від ринкових учасників і експертів для постійного удосконалення індикатора.

Розробка та впровадження таких композитних індикаторів може значно підвищити ефективність моніторингу монополій і допомогти в розробці більш дієвих регуляторних заходів, що враховують реальну ринкову владу монопольних структур.

Отже, основними нашими пропозиціями щодо удосконалення регуляторних заходів та методів контролю монополій є:

1. Удосконалити методику кількісної оцінки монополій, додавши можливість аналізу даних у реальному часі. Це дозволить швидше реагувати на зміни на ринку та потенційно маніпулятивні дії монополій, адаптуючи регуляторні заходи відповідно до поточної ситуації.
2. Створити композитні індикатори, які комбінують декілька кількісних мір, таких як Індекс Лернера, Індекс Герфіндаля-Хіршмана, та націнку на маржинальну вартість. Ці комплексні індикатори можуть забезпечити більш цілісне розуміння ринкової влади монополій і можуть бути адаптовані для специфіки різних галузей чи ринкових умов.
3. Впровадити техніки машинного навчання для прогнозування тенденцій і потенційно зловживальних практик монополій. Машинне навчання може аналізувати великі набори даних для ідентифікації взірців, які можуть вказувати на монопольні поведінки.
4. Запропонувати заходи для покращення прозорості та доступності даних, необхідних для розрахунку індикаторів контролю монополій. Це може включати зміни в регуляціях, які вимагають від компаній розкривати більш детальну фінансову та оперативну інформацію.
5. Адаптувати застосування кількісних індикаторів до специфіки окремих секторів, враховуючи унікальні характеристики різних ринків. Це покращення може збільшити точність та релевантність вимірювань, призводячи до більш ефективного моніторингу та регулювання.
6. Розробити міжнародні стандарти та рамки співпраці для управління монопольними практиками у глобальних ринках. Це включає обмін даними та методологіями між міжнародними регуляторними органами для боротьби з монополіями які зловживають своїм становищем, які діють через кордони.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі проведено дослідження кількісних показників контролю монополій та проблем їх застосування на практиці, а також визначено перспективні шляхи вдосконалення методів контролю за монопольними ринками на основі кількісних показників, що дає змогу зробити такі висновки і пропозиції:

1. Розгляд економічного змісту монополій та характеристик монопольних ринків дає змогу висвітлити ключові аспекти діяльності монополістичних структур у сучасному економічному просторі. Визначення відносин між попитом та пропозицією на галузевому ринку в умовах монополізації засвідчує, як абсолютна влада одного або декількох виробників може впливати на ціноутворення, доступність товарів, і якість послуг. Розуміння цих процесів є критично важливим для формування ефективних регуляторних заходів та розвитку політик, що спрямовані на підтримку конкурентоспроможності та запобігання антиконкурентним практикам на ринку.

2. Дослідження методичних засад аналізу кількісних показників контролю монополій підкреслює значення антимонопольного регулювання в контексті забезпечення конкурентних умов на галузевих ринках. Ретельний огляд існуючих методів та інструментів моніторингу демонструє, що використання комплексного підходу, який включає як юридичну, так і методологічну складові, є надзвичайно важливим для ефективної регуляції монопольних тенденцій. Актуальність цього питання зумовлена потребою в адаптації існуючих моделей до специфіки сучасних економічних умов та необхідністю подальшого дослідження для удосконалення антимонопольного інструментарію.

3. Перший крок у розробці ефективної антимонопольної політики полягає у створенні стійких інституційних рамок, що дозволяють втілювати політику у життя згідно з демократичними нормами та принципами ринкової економіки. Антимонопольна політика має використовувати різноманітні інструменти для досягнення своїх цілей. Адміністративні та економічні заходи регулювання, зокрема, встановлення прямих та опосередкованих обмежень на діяльність монополій, повинні бути гнучко адаптовані до специфіки кожного

ринку, щоб ефективно контролювати монополістичну поведінку без надмірного гальмування інноваційного та економічного розвитку. Успіх антимонопольного регулювання залежить не тільки від правильно вибраних інструментів, але й від глибинного розуміння механізмів ринку та постійного аналізу ефективності вжитих заходів у динаміці економічного розвитку.

4. Для аналізу монопольної влади використовуються різноманітні методи збору та аналізу даних, які дозволяють ідентифікувати потенційні монополії та оцінити їхній вплив на ринок. Основні методи включають збір даних з відкритих джерел, спеціалізовані опитування та експертні інтерв'ю. Ці методи дозволяють зібрати як кількісну, так і якісну інформацію про ринкові тенденції, стратегії компаній та їхній вплив на конкурентне середовище. Важливу роль у цьому процесі відіграють аналіз даних, включаючи статистичну обробку та економетричне моделювання, які сприяють глибшому розумінню монопольних практик і можливих зловживань.

5. Проблематика монополізації в Україні має глибоке коріння та широкомасштабний вплив на економіку країни. В Україні спостерігається майже повна монополізація не лише окремих ринків, а й цілих галузей, що включає виробництво, посередництво, торгівлю та послуги. Це сприяє створенню інституційних монополій, які контролюють "правила гри" на ринку, часто оберігаючи свої позиції за допомогою адміністративних бар'єрів та інформаційного монополізму. Це веде до високої концентрації ринкової влади, що стримує розвиток конкуренції та економічного різноманіття. Основні виклики, які виникають в результаті монополізації, включають низьку спроможність до саморегуляції ринку, корупцію та залучення державних органів до захисту інтересів монопольних компаній.

6. При застосуванні кількісних показників для оцінки рівня конкуренції та монополізації регулятори часто стикаються з юридичними та економічними складнощами, які можуть спотворювати результати аналізу та призводити до неправильних регуляторних висновків. Юридичні виклики включають відсутність єдиності у визначенні та тлумаченні порогових значень

індексів, таких як Індекс Херфіндаля-Хіршмана, що створює невизначеність та ускладнює їх застосування в міжнародних і національних правових контекстах.

Економічні складнощі включають проблеми зі збором і верифікацією даних, визначенням меж релевантного ринку, і впливом цінової дискримінації. Все це може істотно вплинути на точність індикаторів, які використовуються для виявлення монопольної поведінки. Наприклад, неправильне визначення географічних або товарних меж ринку може призвести до невірних висновків щодо ступеня концентрації та конкуренції. Крім того, застосування кількісних методів без урахування якісних аспектів ринкової поведінки та інноваційних характеристик також може призвести до неповної картини ринкових умов.

Врахування цих факторів вимагає глибшого розуміння та більш деталізованого аналізу, що включає ретельне визначення ринку та адаптацію інструментів аналізу до специфіки кожного випадку. Це підкреслює необхідність постійного вдосконалення методологічних підходів та правових рамок у сфері антимонопольного регулювання, а також підвищення кваліфікації аналітиків та регуляторів для забезпечення ефективного нагляду за ринками.

7. Інноваційні підходи до вимірювання та контролю монополій стали можливими завдяки прогресу в цифрових технологіях та аналітиці великих даних. Регулятори зараз мають змогу використовувати інструменти для глибокого аналізу ринкової поведінки в реальному часі. Використання біг-дата та прогнозної аналітики дозволяє аналізувати величезні обсяги даних про ціни, обсяги продажів та маркетингову активність, що допомагає виявляти антимонопольні порушення та планувати ефективні втручання. Методи мерджер симуляції використовують математичні моделі для прогнозування наслідків злиттів, в той час як скрепінг та парсинг вебданих забезпечують збір великих масивів даних про ринкову поведінку. Аналітичні інструменти, які відстежують рекламну активність, можуть виявляти спроби монополізації або недобросовісну конкуренцію. Загалом, ці технології відіграють ключову роль у формуванні обґрунтованої і ефективною антимонопольної політики.

8. Важливість покращення законодавства та методів контролю за монополіями незаперечна. Вдосконалення антимонопольного законодавства сприятиме забезпеченню конкурентноспроможного середовища для бізнесу та захисту інтересів споживачів. Нові методи контролю допоможуть у протидії монополізації ринків та забезпечать більш ефективний механізм реагування на порушення антимонопольних правил. Проблеми у законодавстві та методах контролю за монополіями, що були визначені у дослідженні, включають недостатню чіткість або протиріччя в законодавстві, що може призвести до неоднозначного тлумачення правил або використання юридичних прогалин, обмежену ефективність механізмів контролю, яка може виникати через недостатні ресурси або недостатню кваліфікацію персоналу, неспроможність законодавства адаптуватися до швидких змін у технологічному або економічному середовищі, зокрема у сфері цифрової економіки, відсутність міжнародного або транскорпоративного співробітництва у боротьбі з монополіями, що може призвести до уникнення відповідальності компаніями, нерівномірний розвиток антимонопольних інструментів та практик між різними країнами, що може створювати нерівні умови конкуренції для бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антимонопольний комітет України [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://amcu.gov.ua/>.
2. Антимонопольно-конкурентна політика: теорія і практика. Фенікс. 2019.
3. Бандура О. В. Вдосконалення інформаційної складової контролю природних монополій. *Економічна теорія*. 2023. № 1. С. 106–119.
4. Бандура О. В. Ткачова В.О. Кількісні показники прямого контролю монополій на різних ієрархічних рівнях економічної системи. *Економічна теорія*. 2022. № 2. С. 67–89.
5. Бандура О.В., Ткачова В.О. Кількісні показники монополії та проблеми їх застосування при антимонопольному регулюванні. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2022. Том 7. Випуск 1. С.101-106.
6. Вовк Т. В., Перемот С. В. Система конкурентного законодавства Європейського Союзу. Правове регулювання правил конкуренції в Україні. Шляхи адаптації законодавства України. Київ: РВА «Тріумф», 2006. 416 с.
7. Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
8. Дуцька А. В. Конкурентні відносини в економіці країн Європейського Союзу. Вісник КНТЕУ. 2015. Випуск 5. С. 14–29.
9. Дуцька А. В. Конкурентні відносини в економіці країн Європейського Союзу. Вісник КНТЕУ. 2015. Випуск 5. С. 14–29.
10. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text>.
11. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
12. Закон України "Про захист економічної конкуренції" [Електронний ресурс] Дата оновлення: 01.01.2024 р. Режим доступу до

ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>. (дата звернення: 01.04.2024).

13. Закон України "Про природні монополії" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1682-14#Text>.

14. Кирилюк А. О. Державне регулювання монополізованих ринків України. Бізнес-Інформ. 2014. № 11. С. 30–35.

15. Конституція України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>.

16. Куц Л. Л. Економіка галузевих ринків. Конспект лекцій. – Тернопіль: ТНЕУ, 2020.

17. Майстро С. В. Теоретико-методичні та нормативно-правові основи державної антимонопольної політики. *Вісник Національного університету цивільного захисту України: збірник наукових праць*. 2022. Випуск 2 (17). С. 121–128.

18. Павлов К.В., Павлова О.М. Аналітико-методологічні засади визначення ступеня монополізації ринків. Обліково-аналітичне забезпечення суб'єктів господарювання в умовах євроінтеграції : монографія / Н.М. Позняковська, С.Я. Зубілевич, О.Л. Міклуха та ін. Рівне: НУВГП, 2019. С. 36-50.

19. Припутя Н. В. Методичні підходи до оцінки рівня монополізованості в економіці. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. : Економіка. 2016. Вип. 1. С. 51-55.

20. Про захист економічної конкуренції: закон України від 11 січ. 2001 р. № 2210–III. Дата оновлення: 01.01.2024 р. URL: zakon.rada.gov.ua/go/2210-14 (дата звернення: 01.04.2024).

21. Проскурня О. М. Світова та конкурентна політика країн Європейського Союзу: конспект лекцій. Харків: Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», 2020. 41 с.

22. Річний звіт АМКУ [Електронний ресурс] // Антимонопольний комітет України. 2021. Режим доступу до ресурсу: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2021>.

23. Річний звіт АМКУ [Електронний ресурс] // Антимонопольний комітет України. 2023. Режим доступу до ресурсу: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2023>

24. Смирнова К. В. Основи права конкуренції Європейського Союзу та «європеїзація» конкуренційного права України: навчальний посібник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021. 223 с.

25. Смирнова К. В. Сучасні тенденції правового регулювання конкуренції. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2014. Випуск 14. С. 157–166.

26. Уманець М. М., Пономаренко М. М. Правове регулювання конкуренції на внутрішньому ринку європейського союзу. *Молодий вчений*. 2020. № 12 (88). С. 220–222.

27. Чучман Н. В., Сур'як А. В. Сучасна галузева політика та практика регулювання галузевих ринків. Східноєвропейський національний університет, ім. Лесі Українки. Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неіндустріального суспільства: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (31 жовтня 2019 р.)]/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. Луцьк, 2019. 690с.

28. Швидка Т. Історія формування антимонопольної політики та законодавства в Європейському Союзі. *Право і суспільство*. 2019. № 1. С. 176–181.

29. Швидка Т. Проблеми монополізації та антимонопольного регулювання на ринку інформаційних послуг і соціальних мереж. *Економічна теорія та право*. № 1 (32) 2018. С. 162-174.

30. Швидка Т. Історія становлення і формування конкурентного законодавства (іноземний досвід). *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 1. С. 50–54.

31. Шворак О. Конкурентна політика ЄС та українська євроінтеграція [Електронний ресурс]. *Юридична газета*. 2016. Режим доступу до ресурсу: <http://kmp.ua/uk/analytics/press/konkurentana-polityka-yes-ta-ukrayinska-yevrointegratsiya>.

32. Юрчик Г. М., Комар С. О. Монополії в економіці: теоретичний аспект та реалії в Україні. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*: зб. наук.пр. 2017. Випуск 3(79). С. 117–128.
33. European Commission. URL: https://commission.europa.eu/index_en (дата звернення: 15.04.2024).
34. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat_en (дата звернення: 15.04.2024).
35. Ezrachi A. EU Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases. *Competition Policy International*. URL: <https://www.competitionpolicyinternational.com/eu-competition-law-an-analytical-guide-to-the-leading-cases/> (дата звернення: 01.04.2024)
36. Suzanne L. Werner. Antitrust Enforcement in the European Union and the United States: Two Systems of Competition Law: A Comparative Analysis. *Brooklyn Journal of International Law*. URL: <https://brooklynworks.brooklaw.edu/bjil/vol28/iss1/3/> (дата звернення: 01.04.2024).
37. Schwab K. The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс] / Klaus Schwab // World Economic Forum. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf.