

Методика оцінювання рівня концентрації та монополізації економіки

Кирилюк А.О.

аспірант кафедри політичної економії
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

У статті розглядаються методи оцінки рівня концентрації та монополізації економіки. Розглянуто різні методи оцінки, визначено їх особливості, переваги та недоліки. Визначено граничні показники концентрації, а також запропоновано доповнити граничні показники концентрації. Виділено умови застосування кожного з коефіцієнтів. Також, на основі результатів аналізу запропоновано можливі дії щодо подальшого регулювання, в залежності від ситуації на ринку.

Ключові слова: антимонопольна політика, антимонопольне регулювання, концентрація ринку, методи оцінки рівня концентрації ринку, показники концентрації.

Кирилюк А.О. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ И МОНОПОЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются методы оценки уровня концентрации и монополизации экономики. Рассмотрены разные методы оценки, определены их особенности, достоинства и недостатки. Определены граничные показатели концентрации, а также предложено дополнить граничные показатели концентрации. Выделены условия применения каждого коэффициента. Также, на основании результатов анализа предложено возможные действия, направленные на регулирование, в зависимости от ситуации на рынке.

Ключевые слова: антимонопольная политика, антимонопольное регулирование, концентрация рынка, методы оценки концентрации рынка, показатели концентрации.

Kyryliuk A.O. ASSESSING METHODS OF THE LEVEL OF CONCENTRATION AND MONOPOLIZATION OF THE ECONOMY

Methods of assessing the level of concentration and monopolization of the economy are considered in the article. The author examined the different measurement, identified their characteristics, advantages and disadvantages. Boundary concentration indicators were defined and some new boundary concentration indicators were proposed to add. Conditions of use of each coefficient were selected. Also, possible further regulation of markets was proposed based on the results analysis and depending on the market situation.

Keywords: antimonopoly policy, antimonopoly regulation, market concentration, assessing methods of market concentration, concentration indicators.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Економічні процеси, що відбуваються на кожному окремому ринку, зумовлюють його структуру, це безпосередньо пов'язано з визначенням стану конкурентного середовища, його оцінкою і дослідженням можливостей обмеження або розвитку конкуренції.

Загострення конкуренції між товаровиробниками стає основним чинником консолідації та об'єднання різних суб'єктів господарювання, бо саме це є одним із поширених шляхів підвищення конкурентоспроможності, що, у свою чергу, приводить до підвищення рівня ринкової концентрації.

Актуальність роботи обумовлена зростанням вимог щодо підвищення точності визначення рівня концентрації та монополізації різних ринків, за допомогою якої можна оцінити вплив кожної окремої ринкової ситуації

на загальний економічний розвиток. Встановлення рівня ринкової концентрації та монополізації потребує формування належної системи оцінки, аналізу ринку, що повинно дати змогу органам антимонопольного контролю не лише дати оцінку ринковій ситуації, а й пропонувати подальші дії, що сприятимуть загальному розвитку всіх суб'єктів господарювання на ринку та економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання оцінки рівня концентрації та монополізації різних ринків займає значне місце в системі антимонопольної політики та антимонопольного регулювання. Підтвердженням цього тлумачення є велика кількість робіт вітчизняних та закордонних учених, таких як Л. Кузьменко [1], Н. Калентьєва [2], В. Филюк [3], А. Ігнатюк [4], О. Мартинчик [5], Л. Бойко [6], Н. Карпенко [7], О. Зоріна [8], О. Когут [9] та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Оцінка рівня концентрації та монополізації різних ринків та економіки в цілому займає значне місце в системі антимонопольного регулювання. Проте, незважаючи на великий обсяг досліджень, присвячених цій тематиці, однозначного підходу до оцінювання рівня концентрації та монополізації ринків немає. Існує безліч методів оцінки рівня концентрації та монополізації, що мають свої особливості, переваги та недоліки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження різних методів оцінювання рівня концентрації та монополізації економіки, виявлення їх специфіки, особливостей застосування, а також переваг та недоліків використання кожного з методів, визначення умов застосування кожного з методів оцінки рівня концентрації та монополізації і можливого подальшого регулювання ринків, опираючись на отримані результати.

Виклад основного матеріалу дослідження. Антимонопольне регулювання та антимонопольна політика направлені як на регулювання вже монополізованих ринків, так і на ринки з достатньою конкурентною структурою. Як зазначає з цього приводу Кузьменко Л. [1, с. 85] процеси концентрації та монополізації ринку потребують значної уваги з боку органів державного регулювання і контролю. Калентьєва Н. [2, с. 32] також наполягає, що розвиток конкуренції супроводжується конкурентною боротьбою, а однією з найбільш розвинених форм конкурентної боротьби стає концентрація, яка в свою чергу веде до домінування певного суб'єкту господарювання на ринку. Держава, має сприяти розвитку саме конкурентних відносин та не допускати концентрацію та монополізацію ринків.

Филюк В. [3, с. 45] зазначає, що в економічній літературі існує безліч підходів щодо визначення поняття та сутності концентрації на ринку. Так, Ігнатюк А. [4, с. 87] визначає концентрацію ринку як характеристику його структури, яка відображає відносну величину та кількість фірм, що пропонують продукцію. Мартинчик О. [5, с. 150] також зазначає, що визначення стану конкурентного середовища здійснюється за допомогою діагностики, яка є засобом, методом і інструментом комплексного дослідження маркетингових і конкурентних відносин зокрема.

Даниліна С. [6] наполягає, що при дослідженні концентрації на всіх рівнях світової економіки важливим питанням є вибір показників,

за допомогою яких буде здійснюватися оцінка даного процесу, тому що такий вибір має велике значення для контролю за співвідношенням сил конкурентів і можливостями запобігання монополізації на конкретних ринках.

Бойко Л. [7] зазначає, що існує складна система кількісних та якісних показників, які дозволяють оцінити рівень економічної концентрації окремого ринку або галузі. У світовій практиці для оцінки рівня концентрації та монополізації ринків широко використовуються: коефіцієнт концентрації (Concentration ratio, CR) [5], відносний коефіцієнт концентрації (далі – K) [5], індекс Херфіндаля-Хіршмана (Herfindahl-Hirschman Index, HHI) [11], коефіцієнт Лінда [8] (далі – L), коефіцієнт варіації [5], коефіцієнт Джині (далі – G) [8], коефіцієнт ентропії [8], коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана) (Tideman-Hall index, HT) [12] (див. табл. 1).

Як зазначає Н. Карпенко Н. [8, с. 88], наведені підходи засновані на зіставленні масштабів фірми й ринку, на якому вона діє. Отже, зростання масштабу фірми у порівнянні з масштабом ринку, буде призводити до збільшення концентрації товаровиробників на ринку, підвищенню концентрації на ринку та можливості присутності монопольної влади. Частка найбільших фірм на ринку може служити характеристикою концентрації. Саме цей критерій лежить в основі визначення монопольної ситуації на ринку ряду країн. Вищезазначені коефіцієнти є найбільш розповсюдженими у світовій практиці аналізу конкурентної ситуації на ринку антимонопольними органами.

Окрему увагу слід приділити показникам концентрації, які потребують більшого масиву даних для аналізу конкурентної ситуації на ринку, до того ж вони не є однозначними, визначаються певними умовностями. Застосування таких коефіцієнтів є доцільним у разі виникнення підозр антимонопольних органів щодо учасників ринку у порушенні антимонопольного законодавства, можливих зловживань домінуючим положенням на ринку. Ці коефіцієнти носять більш точний характер, вони направлені на аналіз вже конкретних підприємств, їх діяльність та можливість впливати на ринок та конкурентів (див. табл. 2).

Використання даних показників у зв'язку зі складністю їх розрахунків при аналізі конкурентної ситуації антимонопольними органами є більш обмеженим, проте їх використання є доцільним у разі первинного виявлення мож-

Таблиця 1

Коефіцієнти визначення рівня концентрації на ринку

Група* коефіцієнтів	Назва коефіцієнту	Розрахунок	Пояснення	Кількість підприємств, що аналізуються	Переваги*	Недоліки*	Зміст підходу*
Коефіцієнти загального аналізу ринку побудовані на основі часток ринку суб'єктів господарювання	CR [5]	$\sum_{i=1}^n S_i$	S_i – частка продажів i-ого товаровиробника в обсязі реалізації ринку, а n – кількість фірм взятих для розрахунку даного коефіцієнту	від 1 до 8	потрібно відносно небагато інформації	не враховуються всі інші підприємства на ринку, а також не зважає на співвідношення фірм	відношення реалізації продукції найбільших товаровиробників до загального обсягу випуску
	ННІ [11]	$\sum_{i=1}^n S_i^2$	S^2 – сума квадратів часток всіх підприємств, діючих на ринку	всі	можливість визначення рівня монополізації ринку	важкість у доступі до інформації щодо долі всіх підприємств на ринку, та розрахунок у разі великої кількості підприємств	найбільш популярний узагальнюючий показник враховує як чисельність підприємств, так і нерівність їх положення на ринку, характеризує рівень монополізації
Допоміжні показники концентрації, за результатами яких можна уточнити ситуацію на ринку порівняти з іншими ринками	K [5]	$\frac{(20 + 3\beta)}{\alpha}$	β – частка кількості найбільших підприємств ринку в загальній чисельності підприємств, а α – доля продажів даних підприємств в загальному обсязі реалізованої продукції	великі підприємства	охоплення всіх підприємств	неможливість визначення впливу великих підприємств на маленькі	характеризує співвідношення числа найбільших підприємств на ринку та долі товару, що вони контролюють
	НТ [12]	$\frac{1}{2 \sum_{i=1}^n R_i S_i - 1}$	R_i – ранг i-ого підприємства на ринку (за скороченням, найбільше підприємство має ранг 1); S_i – доля продажів i-ого підприємства на ринку	всі, але з акцентом лише на великі підприємства	визначаються вплив великих підприємств, з урахуванням рангу кожного	важкість у доступі до інформації щодо долі всіх підприємств на ринку, та розрахунок у разі великої кількості підприємств; не враховує можливі змови	розраховується на основі співвідношення рангів фірм та їх ринкових часток
Специфічні коефіцієнти, показують деномстрацію реальної конкуренції на ринку	L [7]	$\frac{1}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n Q_i$	n – кількість великих підприємств (не менше 2-х), а Q_i – відношення середньої частки i-го підприємства до частки n – і підприємств	до 10	визначення можливих кордонів олігополії	не дає оцінку концентрації як токової	дозволяє визначити можливі межі монополічних чи олігопольних утворень
	G [7]	$\frac{1}{n A_n} \sum_{i=1}^n (i-1) A_i - i A_{i-1}$	де A_i – накопичене (кумулятивне) значення часток і найбільших фірм ринку; n – кількість фірм на ринку.	всі	графічно зображено частки ринку всіх підприємств	важкість у доступі до інформації щодо долі ринку, та розрахунок у разі великої кількості підприємств	дозволяє визначити нерівність розподілу часток ринку серед підприємств
Коефіцієнти направлені на аналіз розшарування ринку, нерівності розподілу впливу різних суб'єктів господарювання	E_1 [5]	$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n S_i \ln \frac{1}{S_i}$	де S_i – частка продажів i-ої фірми на товарному ринку; n – кількість фірм, що діють на ринку;	всі	дозволяють не лише аналізувати тенденції, що відбуваються на одному і тому ж товарному ринку за певний період часу, але і співвідносять різні типи ринків	важкість дослідження пов'язана з часовими межами	являє собою середню частку підприємств, що діють на ринку, виважену по натуральному логарифму зворотного їй величини
		$100 \sum_{i=1}^n (S_i \ln S_i)$	де S_i – доля фірми на ринку, S – середня доля ринку, що дорівнює $1/n$; n – число фірм на ринку	всі	дозволяють визначити нерівність розподілу ринкових часток між учасниками ринку	не оцінює конкурентне середовище взагалі	характеризує можливе ринкове домінування підприємств через нерівність їх розмірів і визначається як відхилення ринкових часток усіх підприємств на ринку

Джерело: авторська розробка, та узагальнено на основі [5; 7; 8; 11; 12]

ливого зловживання монополією чи домінуючим положенням на ринку певними фірмами, для більш детального їх аналізу.

Не зважаючи на те, що у національному законодавстві різних держав представлені різні підходи щодо оцінки конкурентного середовища на ринку, що обумовлено відмінністю історичних, соціокультурних, інституціональних та інших особливостей функціонування та розвитку, загальні підходи щодо

оцінки рівня концентрації та монополізації є доволі подібними.

Хоча єдиного підходу щодо інтерпретації результатів ННІ немає, більшість дослідників погоджуються лише в тому, що суттєвими для даного індексу є три типи ринку – неконцентровані, помірно концентровані та високо-концентровані. За допомогою використання коефіцієнта ННІ можна нівелювати деякі недоліки CR, проте дані коефіцієнти

Таблиця 2

Коефіцієнти аналізу конкурентного середовища за фірмами

Коефіцієнт	Формула	Пояснення	Результат
Коефіцієнт Бейна	$KB = \frac{BP - NP}{BK}$	БП – бухгалтерський прибуток; НП – нормальний прибуток; БК – власний капітал фірми	якщо норма прибутку на конкурентному ринку перевищує нормальну (конкурентну) норму, то це означає: або цьому виду інвестування надається перевага, або ринок не є вільно конкурентним
Коефіцієнт Тобіна	$q = \frac{P}{C}$	Р – ринкова (зовнішня) вартість активів підприємства; С – внутрішня (відновлювальна) вартість активів підприємства	якщо $P > C$, тобто $q > 1$, то це означає, що підприємство одержало позитивний економічний прибуток або очікує на нього
Індекс Лернера	$L = \frac{P - MC}{P}$	Р – ринкова ціна; МС – граничні витрати виробництва товару	чим більше ціна реалізації фірми відхиляється від конкурентних норм, тим вище коефіцієнт Лернера
Індекс Папандреу	$C = I_j \frac{\Delta Q_{di}}{\Delta P_j} \cdot \frac{P_j}{Q_{di}}$	Q_{di} – обсяг попиту на товар фірми, що має монополію владу; P_j – ціна конкурентів; I_j – коефіцієнт обмеженості потужностей конкурентів, що вимірюється як відношення потенційного підвищення випуску до зростання попиту на їх товар, що викликано пониженням ціни	показує, на скільки відсотків зміниться обсяг продажів фірми при зміні ціни конкуренту на 1 відсоток

Джерело: побудовано автором на основі [8; 9; 10]

Таблиця 3

Граничні показники концентрації ринку

Коефіцієнт	Монопольне становище на ринку/висока концентрація	Ринок помірно концентрований	Ринок низько концентрований
CR1	>35	10 < CR1 < 35*	<10*
CR2	>50	25 < CR2 < 50*	<25*
CR3	>70	45 < CR3 < 70	<45
CR4	>80	45 < CR4 < 80	<45
CR8	>85	70 < CR8 < 85	<75
К	< 1		> 1
ННІ	1800 < ННІ < 10 000	1000 < ННІ < 1800	ННІ < 1000
G	0		1
НТ	1		1/кількість фірм галузі

* Авторська розробка

Таблиця 4

Умови та результати застосування різних коефіцієнтів аналізу ринків

Назва коефіцієнту	Умови застосування	Можливі висновки	Результат	Подальші дії
Коефіцієнт концентрації	первинний аналіз ринку	ступінь концентрації ринку	високо/помірно/ низько концентрований	Відповідно до концентрації ринку можливе подальше регулювання
Коефіцієнт відносної концентрації	первинний аналіз ринку	ступінь концентрації ринку	ринок високо-концентрований чи низько-концентрований	Відповідно до концентрації ринку можливе подальше регулювання
Коефіцієнт Хірфіндаля-Хіршмана	первинний аналіз ринку	ступінь концентрації ринку	високо/помірно/ низько концентрований	Відповідно до концентрації ринку можливе подальше регулювання
Коефіцієнт Лінда	доцільний у разі виявлення певної концентрації ринку та можливої монополіної влади	виявлення суб'єктів господарювання що можуть мати олігопольну владу	компанії що можуть утворити олігополью	привернення уваги до суб'єктів господарювання, що потенційно утворюють олігополью
Індекс Джині	необхідність наглядної демонстрації розшарування підприємств на ринку	демонстрація відхилення від нормального розподілу підприємств на ринку	співвідношення частки товаровиробників до часток ринку які вони контролюють	необхідно сприяти перерозподілу ринкових часток між суб'єктами господарювання
Коефіцієнту Розенблота (Холла-Тайдмана)	первинний аналіз ринку	ступінь концентрації ринку	ринок високо-концентрований чи низько- концентрований	Відповідно до концентрації ринку можливе подальше регулювання
Коефіцієнт ентропії/ Коефіцієнт відносної ентропії	у доповнення до інших коефіцієнтів, для підтвердження надмірної концентрації, використання у динаміці або у порівнянні з іншими ринками	зміни у структурі ринку, або співвідношення ринкової влади на різних ринках	можливість впливати товаровиробників на ціни	в залежності від динаміки заохочення або стримування
Дисперсія	у доповнення до інших коефіцієнтів, для підтвердження надмірної концентрації	визначення розриву між товаровиробниками, що функціонують на ринку	нерівномірність та концентрованість ринку	сприяння зменшенню розриву між товаровиробниками
Варіація	у доповнення до коефіцієнту ННІ	визначення розриву між товаровиробниками, що функціонують на ринку	розподіл обсягу виробництва та реалізації між товаровиробниками	сприяння зменшенню розриву між товаровиробниками
Коефіцієнт Бейна	можливі надприбутки фірми, за порівняно рівномірним розподілом ринкових часток	надання переваг певному виду продукції(торгівель тор марці) інвесторами	економічний прибуток на оди-ницю інвестованого капіталу	перерозподіл інвестицій
Коефіцієнт Тобіна	наявність певної ринкової влади	наявність у фірми унікальних факторів виробництва	можливість отримання надприбутку	недопущення зловживань ринковою владою
Індекс Лернера	явне домінування одного або кількох суб'єктів господарювання на ринку	ступінь конкурентності ринку та ринкової влади на ньому окремого суб'єкта господарювання	відхилення цін від граничних витрат, неефективне розміщення ресурсів в умовах монополії	доцільність перерозподілу ресурсів
Індекс Папандреу	необхідність визначення взаємозв'язку між товаровиробниками (олігополія)	чутливість товаровиробників до дій конкурентів	еластичність зміни ціни відповідно до дій конкурентів	сегментації ринку, регулювання ринку за його сегментами

* Авторська розробка

все ж розглядають концентрацію з різних сторін, вони не є тотожними, тож, на думку автора, доцільно було б звести всі коефіцієнти концентрації в одну систему показників з порівняно однорідними результатами, що поліпшить змогу визначити ступінь концентрації ринку аналізуючи його з різних боків (див. табл. 3 [5; 8; 9; 10; 11; 12]).

Опираючись на характеристику коефіцієнта ННІ, а саме на показник «ННІ<100», за якого ринок характеризується як конкурентний, можна охарактеризувати коефіцієнт концентрації «CR1<10» як низько концентрований, тобто, «10<CR1<35» можна охарактеризувати як помірно концентрований, оскільки за «CR1>35» ринок вже прийнято вважати висококонцентрованим. Такого роду диференціація дозволить вже при першому аналізі ринку давати характеристику щодо його концентрації. Навіть якщо подальші коефіцієнти будуть характеризувати ринок як такий, на якому відсутня значна концентрація чи монополізація, представлені результати дадуть змогу зробити висновки, щодо можливої ринкової влади провідних товаровиробників.

Різні коефіцієнти доцільно використовувати за різних умов, всі вищезазначені коефіцієнти по різному оцінюють ринкову ситуацію, дають змогу з різних сторін оцінити ринок та можливі наслідки впливу на нього з боку функціонуючих суб'єктів господарювання. Всі коефіцієнти мають свою специфіку, вони мають свої переваги та недоліки а також особливості використання та дозволяють зробити різні висновки щодо ринку. Тож на думку автора, доцільним буде визначити ці особливості та використовувати різні коефіцієнти за різних умов аналізу ринку (див. табл. 4).

Висновки з цього дослідження. Методи оцінювання рівня концентрації та монополізації є невід'ємною складовою державної анти-монопольної політики. Методи дають змогу не лише оцінити ситуацію, що складається на певному ринку в даний період часу, а й визначити подальшу кооперацію товаровиробників, можливі потенційні зловживання монополієм або доміантним положенням на ринку.

Крім того, використання коефіцієнтів Бейна, Тобіна, Лернера та Папандеру, що на практиці використовуються доволі рідко, через складність доступу до інформації, дають змогу зробити висновки щодо ефективності розподілу ресурсів, доцільності інвестицій, сегментації ринку та взаємозв'язку між різними учасниками ринку.

Коефіцієнти, через які проводиться аналіз концентрації та монополізації ринку, досить різноманітні й саме тому дають змогу оцінити ринки з різних сторін. Саме це зумовлює необхідність використання різних методів оцінки за різних умов, що дасть можливість більш чітко аналізувати ринки, і, як наслідок, впливати на них відповідно до ситуації, що складається на кожному окремому ринку.

Таким чином, методи аналізу ринку на предмет монополізації та концентрації дають змогу не лише оцінити ринки, а й запропонувати подальше регулювання як конкурентної ситуації, так і загальної економічної ситуації на ринку. Методи оцінки концентрації та монополізації ринку необхідно використовувати як потужний інструмент регулювання та розвитку економіки взагалі.

Напрямок подальших досліджень полягають в обґрунтуванні використання різних інструментів оцінки рівня концентрації та монополізації економіки на різних ринках.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Калентьева Н. Монополізація як закон-тенденція розвитку сучасної економіки / Н. Калентьева // Вісник Самарського державного економічного університету. – 2010. – № 10(72). – С. 31–35.
2. Кузьменко Л. Деякі проблеми контролю за концентрацією суб'єктів природних монополій / Л. Кузьменко // Наукові записки НаУКМА. – 2012. Т. 133. – С. 85–88.
3. Филюк В. Конкурентна політика держави в умовах глобалізації / В. Филюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2009. – № 109. – С. 43–47.
4. Ігнатюк А. Галузеві ринки: теорія, практика, напрями регулювання : [монографія] / А. Ігнатюк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с.
5. Мартинчик О. Оцінка конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств Житомирської області / О. Мартинчик // Бізнес Інформ. – 2014. – № 7. – С. 149–153.
6. Даниліна С. Система показників концентрації економіки / С. Даниліна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1640pdf>.

7. Бойко Л. Ступінь монополізації страхового ринку України та його вплив на основні показники діяльності / Л. Бойко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.opcu.edu.ua/jsru/bitstream/123456789/511/1>.
8. Карпенко Н. Методичні підходи до антимонопольного контролю держави за процесами концентрації та економічної концентрації / Н. Карпенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 12. – С. 84–88.
9. Зоріна О. Оцінка реального ступеня монополізації залізничного транспорту в сфері пасажирських перевезень / О. Зоріна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 26. – С. 25–28.
10. Когут О. Економічний аналіз монополізації світового ринку нафти : автореф. дис. ... каед. економ. наук / О. Когут. – Л., 2015. – 19 с.
11. Foldvary F. The Measurement of Inequality, Concentration and Diversification / F. Foldvary // Department of Economics, Santa Clara University, CA 95053 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://foldvary.net/works/ineq.html>.
12. Herfindahl-Hirschman Index // USDOJ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://justice.gov/atr/herfindahl-hirschman-index>.