

УДК 658.821(477)

Лазебна І.В.
кандидат економічних наук,
старший викладач

Київського національного торговельно-економічного університету

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ЗАХИСТ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ У СПОЖИВЧОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ANALYSIS AND PROTECTION OF ECONOMIC COMPETITION IN THE CONSUMER SECTOR UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Для оцінки ситуації на товарних ринках і розроблення заходів із формування і підтримки умов конкуренції потрібно на постійній основі проводити моніторинг товарних ринків, на яких протиправні дії монополій можуть завдати суттєвої шкоди. У статті проаналізовано стан конкуренції на товарних ринках споживчих товарів України у 2009–2014 рр. Досліджено проблеми регулювання економічної конкуренції у споживчому секторі. Запропоновано напрями, які сприятимуть створенню ефективного конкурентного середовища на ринку споживчих товарів.

Ключові слова: конкуренція, захист економічної конкуренції, ринок споживчих товарів, харчова промисловість, легка промисловість, концентрація ринку.

АННОТАЦИЯ

Для оценки ситуации на товарных рынках и разработки мер по формированию и поддержанию условий конкуренции нужно на постоянной основе проводить мониторинг товарных рынков, на которых противоправные действия монополий могут нанести существенный вред. В статье проанализировано состояние конкуренции на товарных рынках потребительских товаров Украины в 2009–2014 гг. Исследованы проблемы регулирования экономической конкуренции в потребительском секторе. Предложены направления, способствующие созданию эффективной конкурентной среды на рынке потребительских товаров.

Ключевые слова: конкуренция, защита экономической конкуренции, рынок потребительских товаров, пищевая промышленность, легкая промышленность, концентрация рынка.

ANNOTATION

To assess the situation at the markets and to develop the measures for build and maintain conditions of competition government need to permanently monitor the commodity markets in which monopolies illegal actions can cause significant damage. The article analyzes the state of competition in product markets consumer products in Ukraine 2009-2014 biennium. The problems of regulating economic competition in the consumer sector. Directions that will facilitate the creation of an effective competitive market of consumer goods.

Keywords: competition, protection of economic competition, the market of consumer goods, food processing, light industry, market concentration.

Постановка проблеми. В умовах регулювання ринку споживчих товарів пріоритет повинен віддаватися забезпеченню гармонійних відносин у системі «населення – посередницькі підприємства – виробники – влада» шляхом створення умов для ефективної діяльності всіх суб'єктів ринку споживчих товарів. Держава повинна намагатися регулювати соціальні провали через економічні механізми, найдієвішим з яких є формування економічної конкуренції. Впливаючи одночасно на конкурентне середовище виробників, оптово-посеред-

ницькі підприємства, роздрібні підприємства і споживачів, держава повинна прагнути до формування середовища працюючої конкуренції. При цьому, врівноважуючи відносини суб'єктів ринку споживчих товарів у рамках відтворювального циклу, можна досягти рівноважного розвитку ринку споживчих товарів, у рамках якого будуть досягатися ефективність підприємницьких структур і соціальне благополуччя населення.

Захист конкуренції, у тому числі забезпечення справедливих та рівних умов розвитку ринку споживчих товарів, у розрізі ведення підприємницької діяльності є передумовою трансформації економіки, зростання ефективності бізнесу, підвищення його конкурентоспроможності в умовах глобалізації економіки. Всебічне та повномасштабне забезпечення розвитку конкуренції є завданням держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, загальнотеоретичні положення, методологічні підходи до конкуренції та конкурентного середовища окремих систем, ринків і галузей викладено в працях відомих зарубіжних дослідників: М. Портера, Дж. Робінсон, Р.А. Фатхудинова, Ф.А. Хайека, Й. Шумпетера, А.Ю. Юданова та ін. У сфері внутрішньої торгівлі науково-теоретичні дослідження конкуренції та конкурентного середовища розкриті в працях В.В. Апопія, І.О. Бланка, О.О. Костусева, В.Д. Лагутіна, А.А. Мазаракі, Г.М. Филюк та ін., в яких висвітлено сутність конкуренції, окремі аспекти конкурентної політики, а також характер сучасних конкурентних стратегій і концепцій на різних товарних ринках.

Мета статті полягає у дослідженні розвитку конкуренції на товарних ринках та визначенні необхідності захисту економічних конкурентних відносин на ринку споживчих товарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення конкурентних відносин на вітчизняному ринку споживчих товарів відбувалося за складних умов. У результаті проведення ринкових перетворень було закладено основи розвитку і регулювання конкуренції у цьому сегменті, як і в національному господарстві в цілому [1, с. 14–17], а за останні роки ще й адаптованих до законодавства Європейського Союзу. Головним є те, що було сформовано наці-

ональну систему конкурентного та антимонопольного законодавства, норми якої містяться у більш як 600 нормативно-правових актах, у тому числі у 60 законах України [2, с. 5].

Важливе значення мало створення структури органів державної влади, яка забезпечує захист економічної конкуренції, реалізацію норм цієї галузі вітчизняного законодавства і контроль над його дотриманням. Забезпечення захисту конкуренції в Україні є головним завданням Антимонопольного комітету України (АМКУ), а також його територіальних відділень, національних комісій із регулювання природних монополій, відповідних структурних підрозділів у законодавчих та виконавчих органах державної влади, органах місцевого самоврядування.

Узагальнення практики діяльності АМКУ щодо захисту економічної конкуренції свідчить про необхідність вирішення таких проблем, як: посилення реального впливу АМКУ на економічні процеси, підвищення дієвості заходів, які вживаються ним на найзначніших товарних ринках; підвищення відповідальності органів влади за рішення, що створюють перешкоди для розвитку підприємницької діяльності; недопущення обмежень конкуренції, коли державні органи одночасно здійснюють на певному ринку господарську діяльність і функції державного регулювання; впорядкування державної допомоги вітчизняним товаровиробникам, створення прозорих механізмів її надання, недопущення або мінімізація антиконкурентних наслідків її надання (одержання окремими підприємствами невідповідних переваг над конкурентами).

Оцінити структурні передумови конкуренції в національній економіці дозволяє визначення співвідношення сукупних часток підприємств, що діють на ринках різних типів, у загальному обсязі реалізованої продукції. За даними АМК України, на 2015 р. частка підприємств, що діють на ринках із конкурентною структурою, становить 42,7% (2011 р. – 49,8%, 2013 р. – 45,7%); питома вага підприємств, що діяли на ринках зі структурними ознаками домінування, зросла з 27,6% у 2011 р. та 29,9% у 2013 р. до 30,8% у 2015 р., а частка олігопольного сектора становила 16,7%, майже як і в 2013 р. – 16,9% (на початок 2011 р. – 15,4%); на ринках, де структурні передумови конкуренції повністю відсутні, реалізувалося 9,8% (у 2013 р. – 7,5%) продукції [3–5]. Такі зміни показників структурних передумов конкуренції в економіці свідчать про досить суттєве зниження рівня конкуренції в цілому по Україні.

Досить сприятливими все ще залишаються структурні передумови конкуренції у сфері торгівлі (частка ринків із конкурентною структурою у 66,5% у 2015 р. утричі перевищує частку монополізованих ринків), але ще в 2010 р. цей показник становив 80,5%. Разом із тим 2014 р. відзначився суттєвим скороченням (на 5,8%) конкурентного сектору у цій сфері, переважно в оптовій торгівлі.

Завдання держави полягає у захисті конкурентної структури тих ринків, де вона вже склалася, демонополізація відповідних сегментів економіки, сприянні входженню на ринки нових суб'єктів господарювання [6, с. 110].

До напрямів захисту конкуренції на ринках споживчих товарів можна віднести: захист від антиконкурентних дій суб'єктів господарювання, державних органів, недобросовісної конкуренції; посилення впливу заходів АМКУ на стан конкуренції, обмеження негативних проявів монополізму на соціально важливих загальнодержавних та регіональних ринках споживчих товарів; попередження та недопущення сприяння з боку органів виконавчої влади, місцевого самоврядування зловживанням монополієм становичем окремих суб'єктів господарювання; створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів ринку, забезпечення їх взаємодії на умовах недопущення проявів дискримінації одних суб'єктів іншими, насамперед у сфері монопольного ціноутворення та за рахунок зниження якості товарів та послуг [7, с. 363–364]; сприяння формуванню проконкурентної свідомості у суб'єктів підприємництва, що діють на ринку і в цілому в суспільстві.

Найбільш численною групою порушень законодавства про захист економічної конкуренції, що припинялися в останні роки Антимонопольним комітетом України, були зловживання монополієм (домінуючим) становичем. Вони становили у 2008 р. – 25,3%, у 2009 р. – 38%, у 2010 р. – 32,5%, у 2012 р. – 44%, у 2013 р. – 42%, у 2015 р. – 48% [3–5].

У центрі уваги Антимонопольного комітету України завжди були соціально важливі ринки, обмеження конкуренції на яких зачіпають інтереси широкого кола споживачів, впливають на функціонування економічних процесів [8, с. 13]. Так, упродовж останніх років одними з пріоритетних соціально важливих ринків для Антимонопольного комітету України були ринки продуктів харчування.

У 2015 р. найбільше зловживань на ринках споживчих товарів було у вигляді антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання та зловживань монополієм (домінуючим) становичем. Також органи Комітету в 2015 р. приділили особливу увагу виявленню та припиненню оманливої реклами на соціально важливих ринках.

Антимонопольний комітет дуже активно працює щодо виявлення порушень конкурентного законодавства, однак культура конкуренції в підприємницьких колах України залишається ще досить низькою.

Контроль над дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції дає змогу АМК України підтримувати здорову конкуренцію на товарних ринках та сприяти її розвитку. Однак одного тільки правозастосування недостатньо для забезпечення виконання цього

завдання в повному обсязі, тому конкурентні відомства в усьому світі здійснюють підтримку конкуренції за допомогою інших заходів, зокрема оцінки впливу на конкуренцію регуляторних актів та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи.

Для оцінки ситуації на товарних ринках і розробки оперативних заходів щодо формування і підтримки умов конкуренції потрібно

здійснювати на постійній основі моніторинг товарних ринків, особливо ринків споживчих товарів, ринків продуктів харчування, легкої промисловості, на яких протиправні дії монополій можуть нанести суттєву шкоду населенню України.

Нині функціонування внутрішнього споживчого ринку відбувається під істотним впливом глобалізаційних процесів, наслідки яких осо-

Таблиця 1

Структурні передумови розвитку конкуренції на ринках харчової та легкої промисловості

Роки	Кількість підприємств	Обсяги виробництва продукції, робіт, послуг у наявних цінах (без ПДВ, акцизу), млн. грн.	Частка 1 виробника, %, (CR ₁)	Частка 3 виробників, %, (CR ₃)	Частка 5 виробників, %, (CR ₅)
Ринок м'яса та м'ясних продуктів					
2009	1755	20109910,7	13,11	28,76	40,31
2010	1510	23126807,1	17,21	32,80	42,86
2011	1304	27093571,7	16,89	32,14	42,59
2012	954	288405930	17,58	35,93	47,32
2013	893	30584799,1	15,36	34,25	45,55
2014	764	33998619,9	17,65	44,91	56,55
Ринок молочних продуктів					
2009	391	19971315,8	10,08	20,85	28,51
2010	357	25764096,9	8,97	20,07	27,89
2011	329	27618701,7	8,35	20,79	30,00
2012	266	294995791	11,15	21,23	29,50
2013	253	31673401,8	11,32	22,92	30,71
2014	211	31748604,6	9,53	23,19	32,38
Ринок борошномельно-круп'яних продуктів					
2009	3015	18042394,9	13,87	26,79	33,58
2010	2751	21210076,7	14,57	29,22	36,00
2011	2434	25091977,8	15,30	29,92	36,64
2012	1727	233094328	13,34	27,87	35,36
2013	1562	24682447,7	14,99	27,30	36,64
2014	1303	22818866,3	14,43	28,07	37,14
Ринок алкогольних напоїв					
2009	346	22899529,9	23,42	54,76	64,63
2010	323	24372155	24,06	57,03	66,27
2011	298	26741282,9	27,67	60,55	71,82
2012	194	320862420	24,39	58,49	70,69
2013	190	28716754,2	24,28	57,22	68,35
2014	134	25101471,1	28,06	64,05	75,34
Ринок безалкогольних напоїв					
2009	350	8120927	37,15	55,63	65,13
2010	331	9782806,8	35,02	55,57	65,47
2011	313	10677099,3	32,84	54,86	65,30
2012	194	111502298	35,23	58,45	69,69
2013	189	12588461,5	33,35	64,68	73,56
2014	155	13054491,2	31,74	65,08	74,59
Ринок одягу					
2009	1463	2385049,5	10,86	24,58	32,89
2010	1181	2699630,6	10,87	25,86	34,57
2011	1212	3311656,8	12,21	26,34	34,96
2012	712	29464917	16,23	32,69	41,22
2013	718	2835847,1	18,34	32,54	40,07
2014	611	3105286,7	13,78	30,64	40,53

Джерело: побудовано автором за даними [9–12]

бливо суперечливо проявилися в період світової фінансово-економічної кризи.

Найважливішим показником, який дає змогу оцінити структурні передумови конкуренції в національній економіці України, є частка підприємств, що діють на ринках різних типів, у загальному обсязі реалізованої продукції.

Проаналізуємо динаміку та сучасний стан структурних передумов розвитку конкуренції у споживчому секторі.

Важлива роль цього сектору визначає необхідність державного регулювання, спрямованого на підтримання рівноваги на ринку споживчих товарів, якнайповніше задоволення потреб споживачів. Для цього необхідно провести ґрунтовний аналіз ринків, визначити рівень конкуренції, ступінь концентрації ринку. Найбільше уваги слід приділити харчовій промисловості (табл. 1), оскільки в структурі споживчих витрат домашніх господарств подарств продуктам харчування належить більше 50%.

До найбільш монополізованих належать ринки крохмальних продуктів, дієтичних продуктів та продуктів дитячого харчування, солоду, пива, соків. У зазначених сферах одне підприємство володіє більше ніж 80% ринку. Найбільш конкурентними ринками в даній підгалузі є виробництво м'яса, риби та продуктів із них, виробництво молочних продуктів, круп, борошна, хліба. Тобто на цих ринках структурні передумови є найбільш сприятливими для формування та розвитку ефективного конкурентного середовища.

Оцінимо ступінь концентрації ринку.

Для того щоб оцінити ступінь концентрації ринку продуктів харчування, обчислимо такі показники:

1) *Коефіцієнт концентрації* (CR_n) показує відсоткову частку всіх продажів, яку обчислюють для певної кількості фірм. У даному разі обчислимо для певної кількості фірм відсоткову частку всього виробництва продукції харчової та легкої промисловості (табл. 3).

$$CR = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i}{Q} * 100\%. \quad (1)$$

Аналіз показників свідчить про те, що ринок конкурентний.

2) *Індекс Херфіндаля-Хіршмана* – розраховується як сума квадратів часток суб'єктів господарювання:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2.$$

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2, \quad (2)$$

де S_i – частка фірми-виробника на ринку; n – кількість фірм, які функціонують на ринку.

Індекс Херфіндаля-Хіршмана може мати значення від 0 до 1. Встановлена така шкала градації рівня концентрації залежно від рівня $I.X-X.$: 1) 0 – мінімальна концентрація; 2) від 0 до 0,1 – низький рівень концентрації; 3) від 0,10 до 0,18 – середній рівень концентрації; 4) понад 0,18 – високий рівень концентрації.

Розрахувавши Індекс Херфіндаля-Хіршмана за минулі роки, можна зробити висновки, що ринки з 2009 р. є конкурентним, виняток становить ринок безалкогольних напоїв, який у 2014 р. мав досить значний рівень концентрації (табл. 2).

Таким чином, ринки продуктів харчування та легкої промисловості є конкурентними, низькоконцентрованими, крім алкогольного та безалкогольного ринків (вони середньо концентровані). Фірмам легко увійти на ринок, злиття будуть дозволені, тобто в якому так багато продавців і покупців певного товару, що ніхто не може самостійно вирішальним чином впливати на ринкову ціну.

3) *Коефіцієнт ентропії* (E) – представлений у вигляді середньої частки фірм, яку вимірюють за натуральним логарифмом зворотної величини. Ентропія в цьому разі вказує на невпорядкованість розподілу часток між фірмами: чим вищий показник ентропії, тим нижче можливість фірм впливати на ринкову ціну. Для порівняння показників ентропії використовується відносний показник ентропії: абсолютний показник ентропії поділяється на кількість діючих на ринку фірм.

$$E = \sum_{i=1}^n Q_i \ln \frac{1}{Q_i}. \quad (3)$$

Якщо значення індексу ентропії коливається в межах від 0 до 0,5 – ринок є монополізованим; від 0,5 до 2 – олігопольний ринок; вище 2 – свідчить про достатньо високий ступінь конкурентності ринку.

За нашими розрахунками, E на всіх ринках вище 2 (табл. 3) – а це свідчить, що ринки продуктів харчування та легкої промисловості конкурентні. Окремому суб'єкту ринку неможливо самостійно встановлювати ціну на товар і відсутність підстав для заборони концентрації на ньому.

Таблиця 2

	ІНН					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ринок м'яса та м'ясних продуктів	0,036	0,047	0,046	0,055	0,048	0,075
Ринок молочних продуктів	0,020	0,019	0,020	0,023	0,025	0,025
Ринок борошномельно-круп'яних продуктів	0,030	0,034	0,037	0,031	0,035	0,035
Ринок алкогольних напоїв	0,109	0,117	0,137	0,125	0,120	0,150
Ринок безалкогольних напоїв	0,160	0,149	0,135	0,158	0,165	0,161
Ринок одягу	0,025	0,027	0,029	0,044	0,047	0,039

Джерело: побудовано автором

Таблиця 3

**Рівень конкуренції та ступеня концентрації
на ринках споживчих товарів України в 2009–2014 рр.**

Показник	Ринки	Значення показника						Висновок
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Коефіцієнт концентрації (CRn)	м'яса та м'ясних продуктів	CR ₁ = 13,11	CR ₁ = 17,21	CR ₁ = 16,89	CR ₁ = 17,58	CR ₁ = 15,36	CR ₁ = 17,65	ринок конкурентний
		CR ₃ = 28,76	CR ₃ = 32,80	CR ₃ = 32,14	CR ₃ = 35,93	CR ₃ = 34,25	CR ₃ = 44,91	
		CR ₅ = 40,31	CR ₅ = 42,86	CR ₅ = 42,59	CR ₅ = 47,32	CR ₅ = 45,55	CR ₅ = 56,55	
	молочних продуктів	CR ₁ = 10,08	CR ₁ = 8,97	CR ₁ = 8,35	CR ₁ = 11,15	CR ₁ = 11,32	CR ₁ = 9,53	ринок конкурентний
		CR ₃ = 20,85	CR ₃ = 20,07	CR ₃ = 20,79	CR ₃ = 21,23	CR ₃ = 22,92	CR ₃ = 23,19	
		CR ₅ = 28,51	CR ₅ = 27,89	CR ₅ = 30,00	CR ₅ = 29,50	CR ₅ = 30,71	CR ₅ = 32,38	
	борошномельно-круп'яних продуктів	CR ₁ = 14,57	CR ₁ = 10,08	CR ₁ = 15,30	CR ₁ = 13,34	CR ₁ = 14,99	CR ₁ = 14,43	ринок конкурентний
		CR ₃ = 29,22	CR ₃ = 20,85	CR ₃ = 29,92	CR ₃ = 27,87	CR ₃ = 27,30	CR ₃ = 28,07	
		CR ₅ = 36,00	CR ₅ = 28,51	CR ₅ = 36,64	CR ₅ = 25,36	CR ₅ = 36,64	CR ₅ = 37,14	
	алкогольних напоїв	CR ₁ = 23,42	CR ₁ = 24,06	CR ₁ = 27,67	CR ₁ = 24,39	CR ₁ = 24,28	CR ₁ = 28,06	формуються передумови колективної монополізації ринку
		CR ₃ = 54,76	CR ₃ = 57,03	CR ₃ = 60,55	CR ₃ = 58,49	CR ₃ = 57,22	CR ₃ = 64,05	
		CR ₅ = 64,63	CR ₅ = 66,27	CR ₅ = 71,82	CR ₅ = 70,69	CR ₅ = 68,35	CR ₅ = 75,34	
	безалкогольних напоїв	CR ₁ = 37,15	CR ₁ = 35,02	CR ₁ = 32,84	CR ₁ = 35,23	CR ₁ = 33,35	CR ₁ = 31,74	формуються передумови колективної монополізації ринку
		CR ₃ = 55,63	CR ₃ = 55,57	CR ₃ = 54,86	CR ₃ = 58,45	CR ₃ = 64,68	CR ₃ = 65,08	
	одягу	CR ₁ = 10,86	CR ₁ = 10,87	CR ₁ = 12,21	CR ₁ = 16,23	CR ₁ = 18,34	CR ₁ = 13,78	ринок конкурентний
		CR ₃ = 24,58	CR ₃ = 25,86	CR ₃ = 26,34	CR ₃ = 32,69	CR ₃ = 32,54	CR ₃ = 30,64	
		CR ₅ = 32,89	CR ₅ = 34,57	CR ₅ = 34,96	CR ₅ = 41,22	CR ₅ = 40,07	CR ₅ = 40,53	
	Індекс Херфіндала-Хіршмана (ІНН)	м'яса та м'ясних продуктів	0,036	0,047	0,046	0,055	0,048	0,075
молочних продуктів		0,020	0,019	0,020	0,023	0,025	0,025	ринок низько концентрований
борошномельно-круп'яних продуктів		0,030	0,034	0,037	0,031	0,030	0,035	ринок низько концентрований
алкогольних напоїв		0,109	0,117	0,137	0,125	0,120	0,150	ринок помірно концентрований
безалкогольних напоїв		0,160	0,149	0,138	0,158	0,165	0,161	ринок помірно концентрований
одягу		0,025	0,027	0,029	0,044	0,047	0,039	ринок низько концентрований
Індекс ентропії	м'яса та м'ясних продуктів	5,76	5,51	5,44	5,02	5,09	4,42	ринок конкурентний
	молочних продуктів	5,29	5,58	5,13	4,98	4,90	4,74	ринок конкурентний
	борошномельно-круп'яних продуктів	6,45	6,12	6,24	5,99	5,85	5,72	ринок конкурентний
	алкогольних напоїв	3,62	3,50	3,20	3,14	2,51	2,84	ринок конкурентний
	безалкогольних напоїв	3,79	4,96	3,48	3,83	3,56	2,87	ринок конкурентний
	одягу	6,03	5,81	5,80	5,14	5,18	5,11	ринок конкурентний
Показник розкиду логарифмів ринкових часток (показник дисперсії) (σ)	м'яса та м'ясних продуктів	4,47	4,43	4,53	4,63	4,67	5,50	ринки високодисперсні, що свідчить про нерівномірність розподілу часток
	молочних продуктів	4,67	4,83	4,73	4,77	4,83	9,63	
	борошномельно-круп'яних продуктів	5,06	5,02	5,06	5,10	5,14	3,93	
	алкогольних напоїв	4,49	4,33	4,43	4,43	4,19	14,49	
	безалкогольних напоїв	3,55	3,60	3,60	3,50	3,60	13,40	
	одягу	3,80	3,78	3,81	3,81	3,76	5,80	
Індекс Ханна-Кея (НКІ)	м'яса та м'ясних продуктів	0,30	0,30	0,30	0,40	0,40	0,50	переважає вплив великих фірм
		1,50	1,40	1,40	1,50	1,50	1,60	
	молочних продуктів	0,20	0,20	0,30	0,30	0,30	0,30	переважає вплив великих фірм
		1,80	1,80	1,80	1,70	1,80	1,80	
	борошномельно-круп'яних продуктів	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,50	переважає вплив малих фірм
		0,09	0,09	0,09	0,08	0,08	0,09	
	алкогольних напоїв	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,11	переважає вплив великих фірм
		1,80	1,80	1,80	1,80	1,80	1,85	
	безалкогольних напоїв	0,30	0,30	0,30	0,30	0,40	0,30	переважає вплив великих фірм
		1,50	1,50	1,50	1,60	1,60	1,50	
	одягу	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	0,15	переважає вплив великих фірм
		1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,40	

Джерело: складено і розраховано автором

4) Показник розкиду логарифмів ринкових часток (показник дисперсії) (σ) – використовується для оцінки можливої ринкової влади підприємств через нерівність їх розмірів, який відбиває ступінь нерівномірності розподілу часток підприємств на певному ринку і знаходиться за формулою:

$$\sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (\ln S_i - \ln \bar{S})^2, \quad (4)$$

де $i = 1, 2, \dots, n$; S_i – частка фірми на ринку; \bar{S} – середня частка фірм на ринку, дорівнює $1/n$; n – кількість фірм на ринку.

Цей показник використовується для визначення ступеня нерівності розмірів підприємств, що функціонують на ринку. Чим більшим є розкид, тим вищою є концентрація виробників на ринку. Проте розкид логарифмів не дає характеристики щодо розміру підприємств, тому його можна використовувати тільки як допоміжний засіб.

Оскільки σ досить віддалена від 0, то ринок є середньодисперсним, що свідчить про нерівномірність розподілу часток на ньому (табл. 3).

5) Індекс Ханна-Кея (Hannah-Kay index)

$$HK = \left(\sum_{i=1}^n S_i^a \right), \quad (5)$$

де, S_i – частка фірми на ринку; a – позитивна константа, яка підбирається залежно від цілей дослідження; n – число фірм на ринку.

- Індекс Ханна-Кея аналогічний індексу Херфіндала-Хіршмана, але дає змогу привласнювати різні ваги фірмам галузі.

- Збільшуючи значення a , можна надати більшої ваги більш великим фірмам, які функціонують на ринку, це головна перевага даного індексу.

Після проведеного дослідження можна зробити такі висновки: ринки м'яса та м'ясних продуктів, молочних продуктів, борошномельно-круп'яних продуктів, одягу є конкурентними, компанії-монополісти відсутні на ринку. На ринках алкогольної та безалкогольної продукції формуються умови колективної монополізації ринку, за проведеними дослідженнями можна сказати, що це олігопольні ринки, оскільки на цих ринках присутня досить значна кількість суб'єктів господарювання. Наявність декількох методів в арсеналі засобів виміру концентрації ринку розширює можливості його всебічного аналізу (табл. 3).

За останні роки експерти відзначають негативну тенденцію розвитку конкуренції на ринках споживчих товарів. Зокрема, у звіті АМКУ за 2015 р. сказано, що з точки зору тенденцій розвитку структурних передумов конкуренції на товарних ринках України 2015 р. був у цілому несприятливим. Про це свідчить й аналіз загальних показників споживчого сектору, й оцінка ситуації в розрізі окремих галузей. Основні гравці закріплюються на лідерських позиціях, зникають можливості вступу нових

компаній, створюються умови розвитку ринкової влади та існує перспектива монополізації стратегічно важливої сфери.

Єдина конкурентна політика всіх органів державної влади та органів місцевого самоврядування є необхідною запорукою функціонування та розвитку ефективного конкурентного середовища в Україні. Водночас не виважені рішення державних органів можуть мати більш вагомий та тривалий негативний вплив на конкуренцію, ніж антиконкурентні дії суб'єктів господарювання, тому у взаєминах із цими органами Антимонопольний комітет України застосовує як засоби переконання та роз'яснення, так і засоби правозастосування.

Конкурентна політика невіддільна від принципу захисту вітчизняного товаровиробника [13, с. 6]. У цьому плані необхідним є проведення збалансованої експортно-імпоротної політики, дотримання умов конкуренції за державної підтримки експорту; попередження монополістичної діяльності іноземних компаній на українських ринках; участь Антимонопольного комітету України у процесах зміни ставок митних тарифів, що є головним інструментом зовнішньоекономічного регулювання.

Висновки. Конкурентна політика, захист економічної конкуренції на ринку споживчих товарів не є чимось ізольованим від усієї системи економічного регулювання. Основну роль повинно тут грати заохочення добросовісної конкуренції і боротьба з нечесною підприємницькою діяльністю, попередження та обмеження негативних наслідків монополізації.

Створенню ефективного конкурентного середовища на ринку споживчих товарів сприятиме: детінізація економіки задля недопущення розвитку неконтрольованих процесів – розподіл ринків, встановлення антиконкурентних узгоджених дій, цінових картелів тощо; вдосконалення українського законодавства шляхом усунення правових ніш та колізій, його гармонізації з європейськими та світовими нормами, у тому числі й у сфері захисту інтелектуальної власності; здійснення моніторингу і контролю над розвитком конкуренції на ринку споживчих товарів, окремими його сегментами для недопущення їх монополізації (негативних наслідків монополізму), створення сучасної наукової та інформаційної бази для прийняття кваліфікованих рішень у процесі формування конкурентного середовища у сфері торгівлі; запобігання виникненню невиправданих конкурентних переваг окремих ринкових суб'єктів, зокрема у вигляді зловживання монополістичним чи домінуючим становищем, нечесній конкуренції, недобросовісній рекламі тощо; відмова від адміністративного тиску, реальні дерегуляція та дебіюрократизація економіки, боротьба з корумпованістю; вирішення проблеми державного протекціонізму та державної фінансової допомоги; забезпечення «оптимальної інтенсивності конкуренції», за якої має місце поява

постійної мотивації до технічного, технологічного, організаційного вдосконалення, швидкий технічний прогрес у відношенні товарів і процесів; заохочення інвестиційно-інноваційної діяльності для модернізації вітчизняного виробництва, для створення якісних товарів і послуг, стимулювання формування ефективних структур у сфері виробництва і розподілу, здатних забезпечити прогресивні зрушення, найліпше задовольняти попит і вимоги споживача, протистояти експансії іноземних фірм як на внутрішньому, так і на глобальному ринках; раціональна державна підтримка ефективних торговельно-економічних структур; посилення вимог до якості товарів і послуг, що реалізуються на внутрішньому ринку, заохочення застосування ефективних систем якості на вітчизняних підприємствах; захист національної економіки від недобросовісної іноземної конкуренції; стимулювання підвищення платоспроможного попиту населення на основі зростання продуктивності праці і проведення реформування соціальної сфери.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Філюк Г.М. Конкуренція на споживчому ринку: сучасний стан і перспективи розвитку / Г.М. Філюк // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – № 2(11). – С. 14–17.
2. Борисенко З. Перше десятиріччя конкурентної політики в Україні / З. Борисенко // Економіка України. – 2003. – № 11. – С. 5.
3. Звіт Антимонопольного комітету України за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amcu.gov.ua>.
4. Звіт Антимонопольного комітету України за 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document%3fid=95114&schema=main>.
5. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main>.
6. Мірко Н.В. Удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання та активізації розвитку внутрішнього ринку продукції легкої промисловості / Н.В. Мірко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 4. – С. 110.
7. Петруня Ю.Є. Риси конкурентного середовища та антимонопольне регулювання у сфері роздрібної торгівлі продовольчими товарами / Ю.Є. Петруня // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1(7). – С. 361–366.
8. Костусев О. Політика захисту конкуренції в Україні: проблеми й шляхи вирішення / О. Костусев // Вісник АМКУ. Конкуренція. – 2010. – № 4. – С. 13.
9. Тенденції розвитку конкурентних відносин в економіці України у 2009 році: звіт про науково-дослідну роботу / Т.В. Куць, С.І. Кіреєв, А.В.Щербак [та ін.] ; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень із питань антимонопольної політики. – К., 2010. – 214 с.
10. Тенденції розвитку конкурентних відносин в економіці України у 2010 році: звіт про науково-дослідну роботу / Т.В. Куць, В.В. Венгер, С.І. Кіреєв [та ін.] ; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень із питань антимонопольної політики. – К., 2011. – 186 с.
11. Тенденції змін стану конкурентного середовища в економіці України у 2011 році: звіт про науково-дослідну роботу / Т.В. Куць, В.В. Венгер, С.І. Кіреєв [та ін.] ; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень із питань антимонопольної політики. – К., 2012. – 162 с.
12. Тенденції змін стану конкурентного середовища в економіці України у 2012 році: звіт про науково-дослідну роботу / Т.В. Куць, В.В. Венгер, С.І. Кіреєв [та ін.] ; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. – К., 2013. – 176 с.
13. Марцин В.С. Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків та місце в ньому держави / В.С. Марцин // Економіка, фінанси, право. – 2007. – № 10. – С. 6.