

УДК 339.13

DOI: 10.32342/2074-5362-2020-2-29-5

С.В. КУЗЬМІНОВ,

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)*

Е.М. ЛИМОНОВА,

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри глобальної економіки
Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)*

ВИКОРИСТАННЯ ЦІНОВОЇ ЕЛАСТИЧНОСТІ ПОПИТУ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОБСЯГУ РИНКУ В АНТИМОНОПОЛЬНОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ

У статті досліджено проблему встановлення дійсних кордонів ринку для антимонопольного регулювання.

На основі аналізу антимонопольного законодавства України та діяльності антимонопольного комітету України автори стверджують, що наразі методика встановлення реальних кордонів ринку та наявності монопольної влади у продавця не мають теоретичного обґрунтування. Встановлено частки ринку для визначення продавця як такого, що займає монопольне становище, є довільними і не враховують специфіку попиту на ринках різних товарів.

Автори стверджують, що для теоретично обґрунтованого застосування санкцій проти фірм, підозрюваних у зловживанні монопольним становищем слід використовувати концепцію цінової еластичності попиту. На думку авторів, висока еластичність попиту перешкоджає реалізації ринкової влади фірмою, навіть якщо вона має значну частку ринку. У той же час низька еластичність попиту дає можливість зловживати ринковою владою навіть фірмі, чия частка на ринку не така велика.

У статті аналізується проблема встановлення адекватних кордонів ринку, що досліджується. У випадку, коли фірма утримує велику частку ринку певного товару, вона може уникнути санкцій, заявляючи у суді, що ринок, на якому вона оперує, насправді більший, ніж було визначено Антимонопольним комітетом. Часто Антимонопольному комітету не вдається у суді спростувати таке твердження, і санкції скасовуються у судовому порядку.

Для уникнення подібних ситуацій автори пропонують змінити порядок визначення кордонів ринку. Замість того, щоб Антимонопольний комітет визначав кордони ринку, це пропонується зробити самій фірмі, проти якої ведеться антимонопольне переслідування. Це дозволить уникнути колізій зі скасуванням санкцій проти цієї фірми у суді.

При застосуванні такої методики виникає проблема, пов'язана з надмірним бажанням фірми-об'єкта антимонопольного розслідування, штучно розширити кордони ринку. Цю проблему пропонується вирішувати, порівнюючи цінові еластичності попиту для цієї фірми та для ринку, визначеного монополістом, у цілому. Якщо виявляється, що цінова еластичність попиту на товар фірми-об'єкта антимонопольного розслідування є нижчою або дорівнює ціновій еластичності на ринку, визначеному цією ж фірмою, то це означає, що обсяг ринку визначений неправильно. Він має бути зменшений для визначення реальної частки фірми.

Ключові слова: *антимонопольне законодавство, цінова еластичність попиту, частка ринку.*

Вступ та актуальність теми дослідження. Сучасне українське антимонопольне законодавство сформоване, в основному, ще на початку періоду ринкової трансформації пострадянської економіки, у 1990-х роках, коли українська держава не мала досвіду антимонопольного регулювання. Саме тому деякі норми виглядають занадто примітивізованими та відірваними від ринкової реальності. Зокрема це стосується визначення монопольного (домінуючого) становища. Воно ідентифікується як фіксована, незалежна від будь-яких додаткових умов, частка ринку. Проте очевидно, що сама по собі велика частка ринку ще не дає підстав підозрювати продавця у зловживанні ринковою владою. Сама можливість такого зловживання (а під ним, як правило, розуміють різні організаційні, інституційні та управлінські практики, спрямовані на скорочення пропозиції задля завищення цін) визначається, насамперед, ступенем прив'язаності покупців до конкретного продавця, що втілюється у цінній еластичності попиту. Але цінова еластичність попиту як чинника монопольного положення не фігурує ані у науковій літературі, ані у практиці антимонопольного регулювання

Практично повна нерозробленість даної теми в українській та світовій теорії та практиці визначає актуальність розвідок у цьому напрямі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Практично єдиним документом, який визначає порядок визначення меж ринків в Україні, є Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затверджена розпорядженням Антимонопольного комітету України №49-р від 05.03.2002 р. [1]. Ця Методика застосовується у руслі світової практики (для порівняння див., наприклад, [2]), і тому не дивно, що Антимонопольний комітет України не надто прагне вносити до неї якісь новації (див. Відповідь Антимонопольного комітету Асоціації правників України, датовану 01.07.2019 р. [3]). Втім, не тільки прийнята Методика, але і її наявна критика мають вкрай суб'єктивний характер і замість чітких об'єктивних (бажано числових) критеріїв рясніють епітетами «суттєвий» (стосовно впливу на ринок), «значний» та «незначний» (щодо конкуренції), «подібний» (стосовно характеристик товару) тощо. Очевидно, що такі розпливчасті трактування залишають просто неосяжний простір для зловживань повноваженнями Антимонопольного комітету, які можна спрямувати як проти майже будь-якого підприємства, так і на захист його, якщо це, звісно, буде на користь інтересам функціонерів АМКУ. Навряд чи такий стан речей можна вважати прийнятним. Тому пошук чітких алгоритмів, які могли б замінити нечіткі словесні конструкції об'єктивними розрахунками, є актуальним завданням.

Постановка завдання. З урахуванням вищезначеного обрана мета дослідження полягає у розробці теоретичних основ методики запобігання практиці необґрунтованого маніпулювання географічними та продуктовими межами ринків у ході визначення часток окремих продавців, які підозрюються у тому, що займають на ринку монопольне (домінуюче становище).

Методологія дослідження. Для вирішення поставленого завдання, крім загальнонаукових методів індукції і дедукції, був використаний графоаналітичний метод з елементами математичного аналізу.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Українське антимонопольне законодавство не надто насичене числовими параметрами. Власне, якісь цифри та формули у чинній методиці визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку стосуються часток ринку, перевищення яких є підставою для застосування санкцій. Причому навіть ці скупі числові межі подані без будь-якого теоретичного обґрунтування, що вкупі з «заокругленістю» цифр (35% для одного продавця, 50% для двох-трьох і 70% для чотирьох-п'яти продавців) схиляє до думки про переважно умоглядний характер цієї законодавчої норми. Звісно, цей український підхід, сформований похашцем ще на світанку ринкової трансформації централізовано-планової економіки, багато хто обґрунтовано критикує за примітивізм, але і інші, більш розвинені методики мають ту саму особливість (чи, радше, ваду) – вони спираються на заздалегідь визначені обсяги (а отже, межі) ринку, на яких певна компанія (чи компанії) мають певні частки. На практиці ж межі локальних ринків зовсім не настільки визначені, а тому і частку об'єктивно визначити неможливо, оскільки неясно, від чого цю частку брати.

Як результат – численні випадки скасування в апеляційному провадженні вже прийнятих рішень стосовно суб'єктів, що визначені як такі, що займають монопольне (домінуюче) становище на ринку. З іншого боку, невизначеність критеріїв застосування законодавства залишає широке поле можливостей закрити очі на факти зловживань ринковою владою у випадках, коли по совісті слід було б таки когось покарати.

Одним з можливих вирішень цієї проблеми може бути використання цінової еластичності попиту на товар як фактора ринкової влади продавця. Загалом ідея досить проста: продавець має можливість реалізувати свою ринкову владу у випадку, коли він здатен самостійно, піднявши ціну, збільшити виручку від реалізації своєї продукції. Такий маневр можливий, якщо попит на товар продавця є нееластичним за ціною. Зауважимо, що у такому випадку обсяг проданої продукції зменшиться через зменшення величини попиту, а отже, зменшаться і сукупні витрати продавця. Це призведе до збільшення прибутку. Таким чином, ринкова влада має місце тоді, коли продавець, діючи сепаратно, за рахунок збільшення ціни має можливість збільшити свій прибуток.

Звісно, ця теза може бути опротестована. Розглянемо кілька найбільш вірогідних заперечень, на які відповімо, для зручності помістивши заперечення та відповіді на них у таблицю (табл. 1).

Якщо з першими двома зауваженнями та відповідями усе, здається, ясно, то третє потребує додаткових пояснень, які зручніше давати, описуючи ситуацію за допомогою графіків.

Почнемо з того, що серед наявних формул для визначення коефіцієнта цінової еластичності попиту для заявленої нами мети найбільше підходить формула відрізків, яка дозволяє визначити точкову еластичність. Вона проста і зручна при практичному застосуванні. Принаймні, на практиці вона зручніша, ніж формула дугової еластичності, що визначається кількома причинами.

Таблиця 1

Критика запропонованого показника потенціалу ринкової влади продавця

№ з/п	Критика	Відповідь
1	Можливість отримувати прибуток за рахунок сепаратного підвищення ціни залежить від цінової еластичності попиту. То що, на ринку з еластичним попитом не може бути ринкової влади навіть у монополії?	Так. Сама по собі монополія не гарантує наявності зловживань з боку продавця. Тож якщо монополіст не здатен маніпулювати ринком з високою ціновою еластичністю попиту задля отримання надприбутку, то і влади він не має, і карати його немає за що.
2	Цінова еластичність залежить від поточної ціни. Як правило, при підвищенні ціни цінова еластичність попиту зростає. Таким чином, монополіст, який вже реалізував свою монопольну владу, підвищивши ціни до такого стану, що попит став еластичним за ціною, згідно із запропонованим показником, ринкової влади не має?	Так, ми не пропонуємо універсального показника, що характеризує усі випадки зловживань як реалізованих, так і потенційно можливих. Запропонований підхід більше властивий державі, яка намагається запобігти монополізації, а не боротися з її наслідками.
3.	Формули для визначення цінової еластичності все одно передбачають визначення меж ринку для оцінки величини попиту. То ж чим запропонований показник кращий за існуючі, які нерідко стають недієздатними після вдалих спроб фірми, що має монопольне становище на ринку, під час дебатів з органами антимонопольного регулювання штучно розширити кордони ринку і тим самим формально знизити свою частку, уникаючи санкцій, що могли б бути застосовані до монополіста?	Оскільки при розширенні кордонів ринку, прийнятих до розрахунків ринкової частки окремого продавця, крива попиту зміщується вправо, то суто математично, за умови збереження ціни, при такому шахрайстві зменшується цінова еластичність попиту і, відповідно, збільшується потенціал ринкової влади. Цей різновид шахрайства стає неефективним.

По-перше, сама концепція кривої попиту базована на дещо штучному уявленні про те, що вплив ціни досліджуваного товару на попит відносно ізолюваний від інших, нецінових факторів попиту. Відповідно, згідно з цією концепцією, крива попиту таки існує як взаємно однозначна залежність ціни та величини попиту, але тільки за інших рівних умов, під якими розуміється незмінність нецінових факторів. У той же час на практиці ці нецінові фактори змінюються постійно, тому замість статичної кривої з упорядкованих точок з координатами «ціна – величина попиту», при спробі визначити положення кривої попиту на основі фактичних даних дослідник отримує хмару таких точок, що зовні аж ніяк не скидається на те, ніби усі вони належать до єдиної лінії, яка є графічним відображенням функціонального зв'язку (рис. 1). Об'єктивною основою цієї нелінійності є стохастичний рух кривої вліво-вправо під дією нецінових факторів, тобто на практиці дослідник має справу не з хмарою точок, а з хмарою кривих, кожна з яких відповідає певній комбінації ефектів нецінових факторів, оперативно відстежити і врахувати які неможливо. Тому найкраще, що можна зробити, це згладити фактичні дані лінією тренда, сподіваючись, що на обраному для спостереження часово-

му інтервалі нецінові фактори виявляться збалансованими і усереднене значення дії факторів буде близьким до «нормального». За таких умов різниця у точностях вимірювання цінової еластичності на основі чи то прямої, чи то лінії більш високих порядків не має значення.

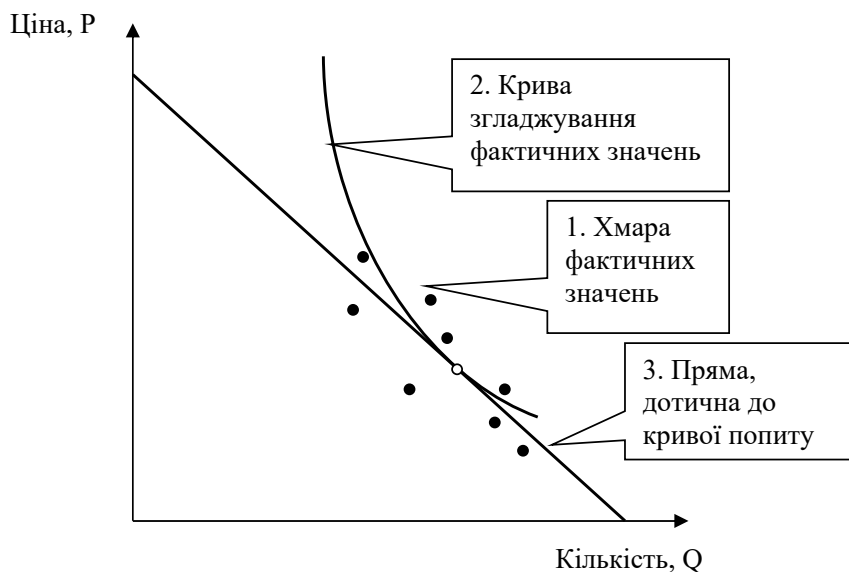


Рис. 1. Побудова лінії попиту за фактичними значеннями пар «ціна-обсяг попиту»

По-друге, формула відрізків для визначення точкової еластичності потребує для свого застосування лише однієї ціни, а не, наприклад, двох для дугової еластичності. Хоча, на перший погляд, ця деталь може видатися малозначущою, але на практиці обґрунтувати одну ціну легше під час диспуту (скажімо, у суді). Наприклад, такою ціною може бути середньозважене значення ціни за певний відрізок часу. Звісно, від середньозваженого можна взяти плюс та мінус один відсоток і отримати дві точки на кривій попиту і надалі аналізувати дугу. Втім, за достатньо малої довжини такої дуги її кривизна буде наближатися до нуля, а тому різниця з прямою, що проходить через середину цього відрізка дуги попиту, буде незначущою.

Оскільки так чи інакше аналізувати доводиться конкретну точку на прямій, то формула точкової еластичності є найбільш адекватною, проте у зв'язку із заявленою метою дослідження (позбавитися ефекту невизначеності меж ринку) вона має бути модифікована. Модифікацію наведено на рис. 2. Стандартний підхід до обчислення передбачає, що цінова еластичність у точці Е дорівнює співвідношенню відтинків OP/KP на вертикальній вісі. У той же час неважко помітити, що це співвідношення також чисельно дорівнює співвідношенню двох інших відтинків на горизонтальній вісі: QM/QO .

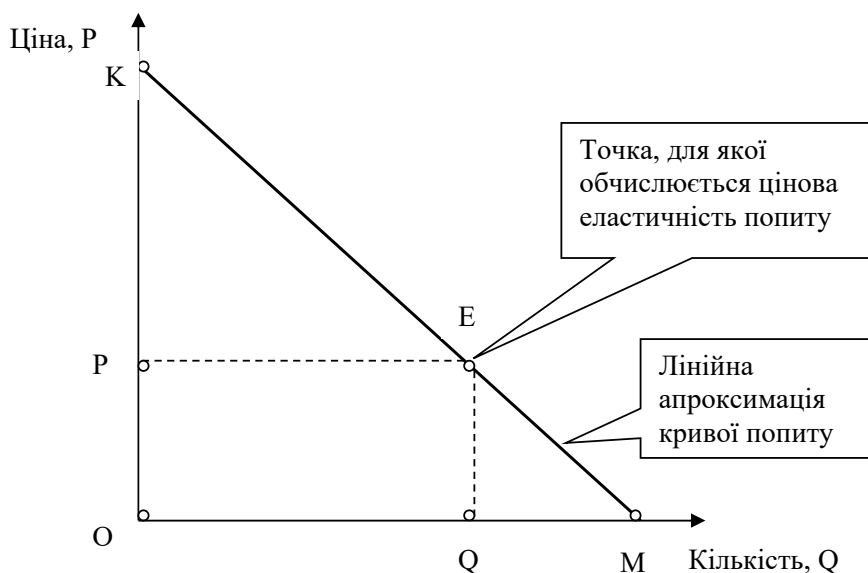


Рис. 2. Використання та модифікація формули точкової еластичності попиту

На перший погляд, здається, що така заміна нічого принципово не змінює у розрахунках. Дійсно, для обчислення коефіцієнта цінової еластичності що з відтинків вертикальної вісі, що з відтинків горизонтальної вісі треба знати положення точки рівноваги відносно початку координат, а відтак, знати загальний обсяг ринку і, відповідно, узгодити географічні межі ринку, що становить неабияку проблему. Наприклад, на ринку землі консолідація навіть усіх земель сільськогосподарського призначення у межах області не може бути визнана безперечною монополією, оскільки відповідач може легко заперечити, що насправді він не монополіст, оскільки конкурує з виробниками з інших областей (рис. 3).

Переваги модифікації стають очевидними, якщо ми від розгляду монополіста на локальному ринку перейдемо до ситуації, коли до цього ринку доєднується ще один ринок довільного розміру. Якщо підходити до аналізу з класичних позицій, то доведеться обчислити ступінь пов'язаності ринків, оцінивши витрати обміну інформацією, грошима, логістичні, законодавчі та усі інші бар'єри, що на практиці виявляється настільки складним завданням, що виконати його навряд чи можливо. Саме тому законодавство різних країн, як правило, пропонує досить умоглядні рекомендації щодо часток ринку, якісь 35, 32% або ще щось. Проте якщо спробувати, на перший погляд, механічно об'єднати два ринки і долучити нашу модифіковану формулу точкової еластичності попиту за ціною, то можна отримати досить цікавий результат. На рис. 4 показана така ситуація. Задля зручності сприйняття ми залишили попередній рисунок, що характеризує окремого продавця на окремому ринку і додали ще одну частину ринку, але вже показану жирним пунктиром.

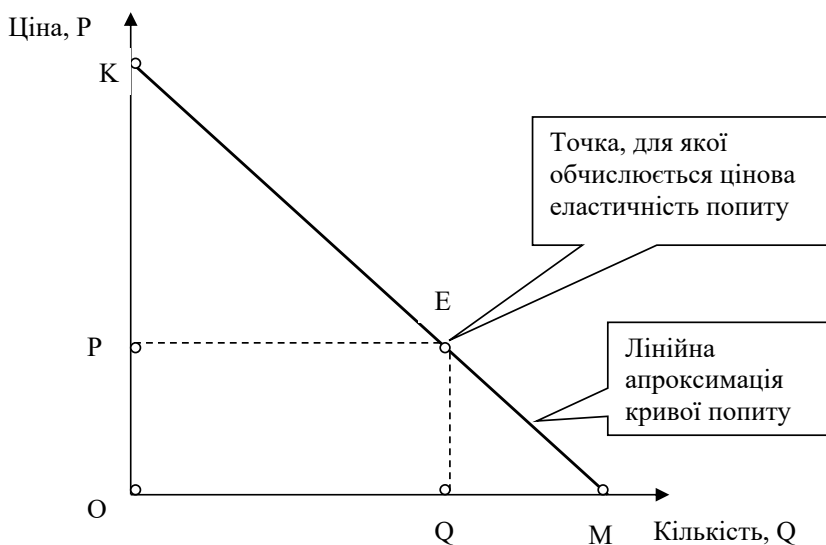


Рис. 3. Використання та модифікація формули точкової еластичності попиту

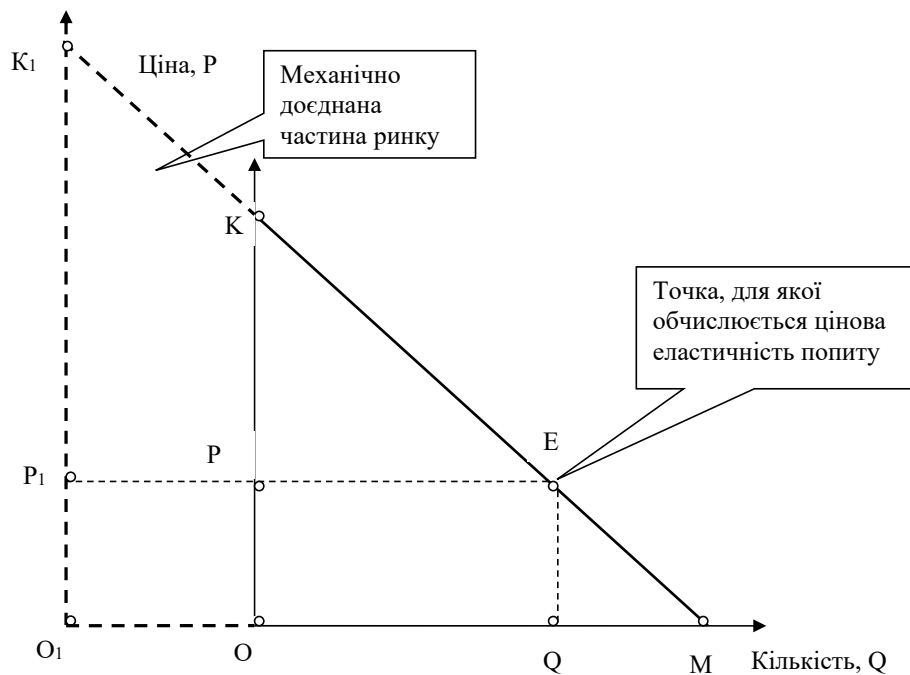


Рис. 4. Використання та модифікація формули точкової еластичності попиту

Графік на рис. 4 дозволяє зробити кілька зауважень.

1. Механічне дослідження додаткового ринку у обсязі O_1O суто математично має зменшити цінову еластичність попиту ($OP = O_1P_1$, а $KP < K_1P_1$, відтак $OP/KP > O_1P_1/K_1P_1$; з модифікованою формулою навіть легше помітити, що $QM/QO > QM/QO_1$).

2. Модифікована формула точкової еластичності дає краще зрозуміти, що спроби підприємства, підозрюваного у тому, що воно має монопольну владу на ринку, уникнути таких звинувачень шляхом твердження, нібито ринок, суб'єктом якого воно є, насправді більший, ніж здається органам антимонопольного регулювання (штучно доєднуючи додаткові ринки, нібито пов'язані між собою), має спадну граничну ефективність, оскільки послідовно додаючи ринки рівного розміру у формулі для обрахунку (QM/QO) за фіксованого діленого, збільшуємо лише дільник, а отже, маємо справу з функцією виду $y = k/x$, яка, як відомо, є гіперболою, що у міру збільшення аргументу асимптотично наближається до горизонтальної вісі координат, а отже, її значення наближається до нуля.

Втім, ці зауваження стосуються лише ринку у цілому і помічені закономірності проявляться лише для цінової еластичності попиту, обчисленої сукупно для усіх суб'єктів ринку (для зручності назвемо її ринковою еластичністю).

На відміну від цього, цінова еластичність тієї частини попиту, що припадає на конкретного продавця (для скорочення назвемо її сепаратною еластичністю), зовсім необов'язково дорівнюватиме ринковій. Скажімо, за умов досконалої конкуренції, принаймні, у межах теоретичної моделі, попит на продукт окремого продавця наближається до абсолютно еластичного, у той час як загальноринковий попит менш еластичний.

Інша річ, коли сепаратна еластичність нижча за ринкову. На перший погляд, такого не може бути, оскільки навіть для чистого монополіста, який самотужки задовольняє весь попит, сепаратна еластичність буде не нижчою, а лише дорівнюватиме ринковій. Проте якщо адвокати підприємства, що підозрюється у монопольному становищі, трохи перестаріються зі штучним доєднанням ринків, які не мають відношення до ринку, на якому насправді оперує монополіст, то арифметичний результат може виявитися і таким, що суперечить здоровому глузду та економічній теорії.

Звідси випливає можливий алгоритм перевірки обґрунтованості включення тих або інших географічних чи продуктових розширень до ринку, який береться за базу для перевірки наявності монопольного становища підприємства-продавця:

1. Перевірити ринкову еластичність, для чого взяти параметри окресленого підприємством – об'єктом антимонопольного розслідування товарні та географічні межі ринку і побудувати на основі ретроспективних даних лінійну апроксимацію лінії попиту.

2. На основі отриманої апроксимації обчислити ринкову цінову еластичність попиту.

3. Перевірити сепаратну еластичність попиту для підприємства – об'єкта антимонопольного розслідування, для чого провести серію експериментальних дій з підвищенням та зниженням ціни від поточного рівня. Втім, за на-

явності ретроспективних даних спеціальне варіювання цін можна і не робити, а скористатися наявною статистикою.

4. Якщо сепаратна еластичність не вища за ринкову, то суб'єкт має ринкову владу.

Якщо ж виявиться, що сепаратна еластичність вища від ринкової, то у такому випадку карати підозрюваного підстав немає. Можливо, за якимись параметрами його частка ринку і велика, але можливості з цього скористатися він не має. То ж і не винний. Принаймні, доки не виявиться наявність змови з іншими суб'єктами ринку. Втім, це вже прояв зовсім іншої проблеми в антимонопольному регулюванні, розгляд якої не входить до предмета цього дослідження.

Висновки та напрями подальших розвідок. Таким чином, доведено, що:

– наявні методики виявлення кордонів ринку є дискусійними і тому часто успішно опротестовуються суб'єктами, стосовно яких ведеться антимонопольне розслідування;

– для виправлення ситуації пропонується змінити порядок визначення кордонів ринку і запропонувати самій фірмі, стосовно якої ведеться антимонопольне розслідування, визначити кордони ринку, на якому вона оперує;

– прийнятність визначення кордонів ринку перевіряється за допомогою зіставлення показників загальноринкової та сепаратної еластичностей попиту за ціною;

– такий порядок нейтралізує спроби фірми штучно завищувати обсяги ринку, що вирішує заявлену проблему.

Список використаної літератури

1. Постанова Верховної ради України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02#Text>, вільний (відвідано 29-10-2020).

2. Malaurie-Vignal, Marie. *Droit de la concurrence interne et européen*, 8e edition. *Sirey université*, 2019. – 402 с.

3. Лист Антимонопольного комітету України Асоціації правників України № 200-29/02-8328 від 01-07-2019. URL: <https://uba.ua/documents/2%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%8C%20%D0%B0%D0%BC%D0%BA%D1%83.pdf>, вільний (відвідано 28-09-2020)