

КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ МОНОПОЛІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В АНТИМОНОПОЛЬНОМУ РЕГУЛЮВАННІ

Розглянуто основні кількісні показники контролю різних форм монополії та визначено основні їх недоліки, що заважають використанню цих показників у практиці антимонопольного регулювання. Методи контролю монополій можна розділити на дві групи: прямі та непрямі. Прямі методи базуються на аналізі ринкових і конкурентних цін, граничних прибутків (MR) та граничних витрат (MC) і теоретично дають змогу безпосередньо оцінити негативний вплив монополії на економіку. Непрямі методи базуються на нецінових показниках (наприклад, частка фірми на ринку) та визначають лише потенційну загрозу від монополії, але не дають змоги визначити ступінь такої загрози. У результаті аналізу недоліків показників контролю монополій визначено деякі риси, які повинен був би мати новий, більш досконалий показник монопольної влади, який буде предметом наших подальших досліджень: 1) бути динамічним (а не статичним) показником, що оцінює як сам факт використання влади монополією, так і ступінь її прояву на різних ієрархічних рівнях (економіка, галузь, фірма) та в режимі реального часу; 2) мати здатність відокремити в новому показнику монопольної влади інноваційну складову у витратах монополіста на різних ієрархічних рівнях; 3) відображати зв'язок показника монопольної влади з фазами бізнес-циклу; 4) здійснювати прямий контроль за монополіями через контроль за різницею між ринковою та конкурентною цінами, що можливо робити безперервно, практично в режимі «on-line», а не дискретно, як у наявних методах. Також контроль за цінами не потребує конфіденційної інформації про діяльність підприємства.

Ключові слова: монополія, антимонопольне регулювання, монопольна влада.

JEL classification: D40, D41, D42, D43

Вступ і постановка проблеми. Монополія в різних її формах є неодмінною складовою частиною будь-якої економіки. Її вплив зростає разом з розвитком економіки. Об'єктивно цьому сприяє постійне збільшення кількості та видів товарів і послуг, а також відносна обмеженість виробничих ресурсів для кожного продукту; суб'єктивно – «природне» прагнення фірми до монополізації ринку з метою отримання прибутків, вищих від середнього рівня.

Наслідки економічної діяльності монополії можуть бути як негативними (монопольна влада), так і позитивними (зменшення питомих витрат виробництва у разі збільшення його обсягів, концентрація капіталу, підвищення ефективності інвестиційної та інноваційної політики, розширення та захист ринків збуту тощо). Але негативні наслідки, зумовлені владою монополій, можуть бути настільки руйнівними для економіки, що практично кожна країна має антимонопольного регулятора, основна мета якого полягає саме в їх нейтралізації. Становище ускладнюється ще й тим, що розвиток

монополізації економіки виходить на міжнаціональний рівень разом із створенням транснаціональних корпорацій, що лише збільшує владу монополій. Виникає потреба в удосконаленні інструментарію контролю за монополіями у межах як національних, так і міжнаціональних інституцій. Отже, значення проблеми контролю монополій з часом зростає.

Виклад основного матеріалу. На практиці термін «монополія» вживають у двох значеннях. З одного боку, монополія є однією з категорій. Тобто під монополією розуміють наявність одного продавця на ринку, який може впливати на ринкову ціну у напрямі підвищення за одночасного скорочення виробництва в порівнянні з досконалою конкуренцією. Така можливість окремого продавця впливати на ринкову ціну характеризує ступінь його *монопольної або ринкової влади* (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993, с. 252). З іншого боку, під монополією розуміють будь-яке відхилення від умов досконалої конкуренції окремим продавцем, тобто будь-яке відхилення його кривої попиту

від горизонталі. За такого розуміння монополія існує на будь-якому ринку, який не є досконалим.

Сама по собі монополія не є злочином з погляду антимонопольного законодавства більшості країн. Злочином є використання монопольної влади. Але саме доказова база щодо використання монополією своєї влади і є проблемою законодавства про монополізацію. Частиною проблеми є нездатність розробити теорію та кількісні показники монополізації, які можна було б застосувати в судовій практиці (Blair & Carruthers, 2010).

Теоретично регулювання монополії полягає в нейтралізації її негативних наслідків. Однак проблеми виникають уже під час спроб кількісної оцінки цих наслідків. Економічні методи контролю монополій можна розділити на дві групи: прямі та непрямі. Прямі методи базуються на аналізі ринкових і конкурентних цін, граничних прибутків (MR) та граничних витрат (MC) і теоретично дають змогу безпосередньо оцінити негативний вплив монополії на ринок та економіку. Непрямі методи базуються на нецінових показниках (наприклад, концентрація або частка фірми на ринку) та визначають лише потенційну загрозу від монополії, але не дають змоги визначити, чи справді монополія негативно впливає на ринок, а також ступінь такого впливу.

Найефективнішим є прямий контроль за монополіями. Ще А. Пігу так писав про ефективність прямого контролю за цінами: «Якщо державі вдасться встановити ціни, які відповідають умовам конкуренції (досконалої), то вона непрямим шляхом забезпечить також і належний обсяг продукції... Отже, в основному державний контроль (над монополією) зводиться до контролю за рівнем цін» (Пігу, 1985, с. 436). Однак у межах традиційних методів прямий контроль монополій залишається неможливим, оскільки практично важко визначити хоча б один із трьох показників: 1) граничний дохід (MR); 2) граничні витрати (MC) або 3) величину «нормальної» («природної») ціни, яка б відповідала досконалій конкуренції на ринку (P_0).

Прямі показники контролю монополії. Можна визначити кілька спроб запропонувати теоретичні *прямі* показники монопольної влади з погляду окремої фірми, хоча їх можна адаптувати до ситуації групи фірм, що діють узгоджено (наприклад, домінуюча фірма та численні другорядні фірми на ринку або олігополія, що нині є найпоширенішими формами монополії). Ці показники загалом випливають зі статичної теорії фірми і мають накладені на неї обмеження. Найвідоміші показники було запропоновано на початку ХХ ст. (наприклад, показник перехресної еластичності попиту,

індекс Ротшильда (Rothschild's Index), індекс Папандреу (Papandreou's Index), індекс рентабельності Бейна (Bain's Index of Profitability) (Miller, 1955)). Відтоді не було суттєвого поліпшення їхньої методології, що, зокрема, пояснює відсутність показників монопольної влади як в антимонопольному законодавстві, так і у відповідній судовій практиці. За винятком індексу Лернера, практична корисність цих показників не є великою, оскільки вони передбачають певні знання про еластичність попиту, які зазвичай важко отримати.

Індекс Лернера (Lerner Index), мабуть, є одним із найвідоміших індексів, за допомогою яких намагаються виміряти монопольну владу фірми. Цей індекс може бути рівним, більшим або меншим за нуль залежно від того, чи продукт продається, відповідно, за цінами, що дорівнюють граничним витратам, є вищими або нижчими за них. Для багатьох економістів індекс Лернера, який вимірює ступінь перевищення ринкової ціни фірми над її граничними витратами при максимізації прибутку в процесі виробництва, є найбільш прийнятним теоретичним виміром монопольної або ринкової влади фірми. У стандартній моделі монополії індекс Лернера дорівнює (Miller, 1955):

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

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.

Для монополії, що максимізує чистий прибуток, індекс Лернера дорівнює величині, оберненій абсолютному значенню e_p . Для структури ринку з однією домінуючою фірмою та численними другорядними фірмами, що покривають залишковий попит на ринку, індекс Лернера можна подати у вигляді (Blair & Carruthers, 2010):

$$L = S / (|h_m| + (1 - S) e_f), \quad (2)$$

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

Проблему з доказовою базою, що спирається на частку ринку, легко показати. Припустимо, що фірма має частку ринку 70 % і, отже, вважається, що вона має монопольну владу. Але припустимо, що абсолютне значення еластичності попиту домінуючої фірми (h_m) дорівнює 2, а еластичність попиту другорядних фірм (e_f)

також дорівнює 2. У цьому випадку індекс Лернера буде:

$$L = 0,7 / (2 + 2 * 0,3) = 0,27.$$

Тобто шляхом одностороннього скорочення виробництва домінантна фірма зможе підвищувати ціну, доки граничні витрати не стануть на 27 % нижчими за ціну.

Припустимо, що інша фірма має частку ринку 40 % і, отже, вважається, що вона не має монопольної влади. Якщо її значення еластичності попиту дорівнює 1,25, а еластичність попиту дургородних фірм (e_p) – 0,25, індекс Лернера буде:

$$L = 0,4 / (1,25 + 0,25 * 0,6) = 0,29.$$

Тобто фірма з 40 % частки ринку має більшу монопольну владу, ніж фірма з 70 % частки ринку (Blair & Carruthers, 2010).

У граничному випадку фірми, що максимізує прибуток, у рівновазі індекс Лернера є оберненим до еластичності попиту, і тому його можна сприймати як характеристику попиту на продукт фірми. Але у випадку фірми, що не максимізує прибуток, цей індекс не є орієнтиром щодо природи попиту. У кращому разі індекс Лернера є обмеженим індексом щодо результатів. Хоча він вказує на розбіжність між граничними витратами і ціною, він нічого не говорить про те, наскільки ринковий тиск або адміністративні дії змушують фірму тримати витрати на мінімумі з огляду на наявні технології (Miller, 1955).

Важливим обмеженням індексу Лернера є те, що індекс «не розрізняє», яке відхилення P від MC походить від ефективного використання ефекту від масштабу, підвищення ефективності виробництва, а яке пов'язане з необхідністю покриття постійних витрат. Також обмеженням використання індексу Лернера є те, що небагато фірм відповідають підручниковому опису досконалої конкуренції. Структура витрат фірм у багатьох галузях, які керуються «високими» технологіями (наприклад, програмне забезпечення, фармацевтика), має значну частку постійних витрат на початку діяльності. Установлення ціни на рівні граничних витрат у цих галузях є ані можливим, ані бажаним (Elzinga & Mills, 2011).

Індекс Лернера буде відрізнятися навіть серед чистих монополій. Наприклад, чистий монополіст, який стикається з відносно рівним попитом, може вважати, що оптимальним буде працювати там, де $e_p = -5$, тоді як інший може вважати оптимальним виробляти там, де $e_p = -2$. Незважаючи на те, що обидві фірми є чистими монополістами,

індекс Лернера для першої фірми становить 0,2, а для другої – 0,5. Це може призвести до певної плутанини та неоднозначності в антимонопольних судових процесах.

До того ж плутанини додає і той факт, що монополісти з дуже різними величинами ринкових цін і граничних витрат можуть мати однаковий індекс Лернера. Наприклад, припустимо, що для одного монополіста ціна певного товару, що максимізує прибуток, становить 15 доларів, а граничні витрати – 5 доларів. Тоді різниця між ціною та граничними витратами становить 10 доларів. Припустимо, що для іншого монополіста оптимальна ціна його товару становить 90 доларів, тоді як граничні витрати – 30 доларів, а різниця між ціною та граничними витратами – 60 доларів. Проте обидва монополісти мають однаковий індекс Лернера:

$$L = (15 - 5) / 15 = (90 - 30) / 90 = 0,67.$$

Незважаючи на таку плутанину, індекс Лернера може бути корисним інструментом для визначення факту існування монопольної влади, але навряд чи він може бути корисним для оцінювання ступеня цієї влади. Але слід визнати неоднозначність, пов'язану з вимірюванням величини монопольної влади, коли її існування як таке було встановлено (Blair & Carruthers, 2010).

Хоча науковці визнали цінність індексу Лернера як концептуального *прямого* інструменту контролю монополій, індекс широко не використовувався в антимонопольному законодавстві. В антимонопольній практиці ступінь монополії вимірюється не так індексом, як різними *непрямими факторами*, як-от *концентрація ринку, бар'єри для входу та конкретна поведінка відповідної фірми*. Антимонопольне законодавство не встановлює жодного кількісного виміру монопольної влади (Elzinga & Mills, 2011).

Оскільки величини MC або MR неможливо отримати з бухгалтерської звітності (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993; Blair & Carruthers, 2010), то об'єктивно існує значна асиметрія інформації між фірмою та регулятором. Тому використання індексу Лернера для оцінювання монопольної влади є складним завданням із задалегідь неоднозначними результатами. Як вихід пропонується, наприклад, *норма прибутку* як міра *ймовірності існування* монопольної влади (замінити MC на AC), що, зокрема, вирішує проблеми доступності даних для її кількісного визначення. Хоча в такий спосіб не можна однозначно оцінити величину монопольної влади (Bain, 1941).

Проблема в тому, що дуже незначна кількість фірм показує у звітності високі надприбутки. Здебільшого фірми намагаються оптимізувати оподаткування, зменшуючи доходи та збільшуючи витрати, тобто зменшуючи норму прибутку. Крім того, монополія може не намагатися мінімізувати свої витрати, як це роблять конкурентні фірми. Без конкуренції монополія може вести «легке життя»: мати власні літаки, літати першим класом у відрядження, працювати в люксових офісах, наймати більше, ніж потрібно, персоналу, влаштовувати витратні корпоративи за кордоном тощо. І всі ці витрати відображати у звітах, обґрунтовуючи в той чи інший спосіб їх необхідність. Хоча подібні витрати логічно покривати за рахунок прибутків. Тим більше, що нормативну норму прибутку на капітал уже закладено у величині *LAC*.

Також фірми можуть неефективно витратити ресурси з погляду суспільства (а не власного) для захисту свого монопольного становища. Наприклад, тримати зайві потужності, щоб ускладнити доступ на ринок конкурентам, лобювати власні інтереси, забезпечити певну концентрацію політичної влади тощо. Такі витрати також занижують норму прибутку, що робить практично малопридатною ідею використання цієї норми як міри монопольної влади.

Зазначені вище недоліки роблять індекс Лернера ненадійним окремим показником ступеня монопольної влади. Через наявність різних потенційних пояснень цієї величини індексу Лернера важко сказати, наскільки вагомим повинен бути цей індекс як міра монопольної влади в антимонопольному законодавстві. Тому не дивно, що суди (принаймні в США) не прийняли індекс Лернера як відповідну міру ринкової або монопольної влади тією мірою, в якій це мають науковці з питань антимонопольного законодавства. Невідомо про кількість незареєстрованих антимонопольних випадків, у яких індекс Лернера відіграв певну роль, але він був процитований у висновках лише в кількох зареєстрованих випадках. Також невідомо жодного випадку, коли цей індекс відіграв ключову роль у судовій практиці (Elzinga & Mills, 2011).

Непрямі методи. Коефіцієнт концентрації. Протягом багатьох років найпомітнішим *непрямим доказом монопольної влади* залишається *частка ринку, концентрація виробництва*. Коефіцієнт концентрації є підходом здорового глузду, який розглядає сектори економіки на рівні галузі, а не на рівні фірми. Але галузева концепція порушує серйозні класифікаційні проблеми як теоретичного, так і практичного характеру: проблеми

окреслення кордонів галузі з погляду асортименту продукції та фірм, а також географічного району, який включає галузь. Коефіцієнт концентрації не розрізняє види конкуренції, тобто між ситуаціями, коли конкуренція набуває форми суперництва за ціною, і ситуаціями, коли вона спрямована на збут або диференціацію продукту. Ба більше, концентрація жодним чином не свідчить про можливість та стимули для створення або застосування нових технологій. Чи сприяє висока концентрація економічному прогресу чи «марнотратній» неціновій конкуренції, залишається під питанням.

Більш серйозні труднощі виникають в інтерпретації високих коефіцієнтів концентрації. У таких випадках зрозуміло, що ринок має певні монополістичні характеристики. І типовою думкою є те, що висока концентрація сприяє подальшій монополізації. Але не зрозуміло, чи існує висока кореляція між ступенем концентрації та ступенем монополізації. Навіть теоретично непрямі показники можуть довести лише можливість існування монопольної влади, але практично неможливо довести факт використання цієї влади монополією.

В основі непрямих методів контролю класичної форми монополії є очевидна теза: щоб обмежити її негативний вплив, потрібно встановити межі, починаючи з яких підприємство може суттєво впливати на ринок у власних інтересах. Так виник метод визначення частки на ринку тієї чи іншої компанії, яку розраховують як відношення річного обороту компанії до сумарного обороту всіх можливих конкурентів на ринку (Blair & Carruthers, 2010).

Але, незважаючи на зовнішню простоту, використання його на практиці призводить до виникнення неоднозначностей. Головною проблемою такого методу є визначення меж *релевантного* ринку, тобто визначення кількості можливих конкурентів. Але межі релевантних ринків залежать від багатьох факторів, кількість яких зростає з часом. Формуючи межі релевантного ринку, спочатку враховували технологічні та географічні фактори. Згодом стало зрозуміло, що потрібно враховувати ще й можливість доступу на ринок (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993). Але й досі залишається відкритим питання, якою мірою враховувати товари-замінники, або наявність технологічно близьких потужностей, або виробників з інших регіонів.

Інакше кажучи, до кінця незрозуміло, як включати до релевантного ринку потенційних конкурентів. Якщо релевантний ринок визначено занадто вузько, фірма без значущої монополії розглядатиметься як монополіст. З іншого боку,

якщо такий ринок визначено занадто широко, буде вважатися, що фірма зі значною монопольною владою її не має. Для антимонопольних цілей суди США визнали, що визначення меж ринку має вирішальне значення для підтвердження монопольної влади, оскільки без цього неможливо виміряти здатність фірми зменшити або знищити конкуренцію (Blair & Carruthers, 2010). Все це призводить до того, що частка одного й того самого підприємства на ринку може коливатися від 100 % до 5 % та менше (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993; Blair & Carruthers, 2010), що стимулює виникнення великої кількості судових антимонопольних процесів.

Найбільшого поширення набув такий комплексний показник концентрації, як індекс Герфіндала – Гіршмана (ННІ) (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993; Bain, 1941). Індекс ННІ визначають як суму квадратів ринкових часток усіх фірм у галузі. У знаменнику – частка всіх конкурентів на ринку. Якщо частки ринку вимірюються дробами, тоді ННІ буде від 0 до 1. В антимонопольній практиці частки ринку зазвичай виражають у відсотках, тому ННІ – від 0 до 10000. На підставі цього індексу забороняють злиття та поглинання компаній, якщо це призводить до збільшення концентрації фірми на ринку вище від певного критичного рівня.

Однак критичне значення ННІ ще не доводить, що монополія зловживає монопольним становищем і шкодить економіці. Іноді суд може дозволити злиття, навіть у випадку перевищення критичного рівня ННІ на національному рівні, якщо це злиття допоможе фірмі краще конкурувати на міжнародному, використовуючи доволі суб'єктивне «правило доцільності» (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993).

Для ілюстрації зазначених недоліків непрямих методів контролю монополій розглянемо судовий процес «США проти Дюпон, 1956», оскільки проблеми непрямих методів, виявлені протягом цього процесу, були типовими і проявлялися практично в усіх подібних процесах у майбутньому. Антимонопольний регулятор звинуватив фірму «Дюпон» у тому, що вона захопила майже 80 % ринку целофану в США і тому до неї потрібно застосувати антимонопольне законодавство. Однак «Дюпон» наполягала на помилковому визначенні кількості її конкурентів, тому що вона виробляє не чистий целофан, а пакувальний матеріал з целофану. Тому до числа її конкурентів потрібно включити всі фірми, що виробляють гнучкі види пакувального матеріалу (вощений та жиронепроникний папір, фольга, пергамент та різні види штучного

пакувального матеріалу). У такому випадку частка «Дюпон» на ринку пакувальних матеріалів не перевищувала 20 %. Аналогічний прийом із розширенням кількості конкурентів (меж релевантного ринку) для зниження рівня концентрації на ринку згодом використовували й інші фірми (Фишер, Дорнбуш, Шмалензи, 1993).

На практиці, хоча частка ринку не може бути беззаперечним доказом, на неї посилалися багато судів, що, зрештою, схвалив і Верховний суд США, який встановив, що 80-відсоткова частка ринку є достатньою підставою для висновку про монопольну владу. Проте виникає питання про порогові значення концентрації. Вважається, що частка ринку понад 70 % є ознакою монопольної влади, тоді як частка ринку нижче 50 % зазвичай виключає висновок про монопольну владу. У справах, пов'язаних із домінантною фірмою з часткою ринку від 50 до 70 %, були різні судові рішення (Bain, 1941).

Іншим показником, за допомогою якого антимонопольний регулятор намагається довести в суді факт існування монопольної влади, є наявність *бар'єрів для входу* на ринок. До них належать високі капітальні витрати, обмежені поставки важливих ресурсів, довгострокові контракти на поставку, юридичні ліцензії, мережеві ефекти, інтелектуальна власність, торгові марки тощо. Довговічність влади монополіста критично залежить від імовірності того, що на ринок вийдуть нові конкуренти. Тому разом з оцінкою величини перевищення монопольної ціни над конкурентною антимонопольне розслідування повинно також визначити можливі замітники монопольного продукту та оцінити величину бар'єрів входу на ринок. Однак проблема деяких із цих бар'єрів для входу полягає в тому, що їх заробила фірма з тривалою історією економічної діяльності. Наприклад, будь-які переваги споживачів щодо комп'ютерів із «Intel Inside» компанія Intel напращувала за роки виробництва високоякісних мікропроцесорів. Фірми можуть конкурувати з визнаним брендом, пропонуючи продукти високої якості, агресивні ціни та будучи надійним джерелом постачання (Blair & Carruthers, 2010).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналізуючи недоліки показників контролю монополій, можна визначити деякі основні риси, які повинен був би мати новий, більш досконалий показник монопольної влади, який буде предметом наших подальших досліджень: 1) бути динамічним (а не статичним) показником, що оцінює як сам факт використання влади монополією, так і ступінь її прояву на різних ієрархічних рівнях (економіка, галузь, фірма) та в режимі реального

часу; 2) мати здатність відокремити в новому показнику монопольної влади інноваційний складник у витратах монополіста на різних ієрархічних рівнях; 3) відображати зв'язок показника монопольної влади з фазами бізнес-циклу; 4) здійснювати прямий контроль за монополіями через

контроль за різницею між ринковою та конкурентною цінами, що можливо робити безперервно, практично в режимі «on-line», а не дискретно, як у наявних методах. Також контроль за цінами не потребує конфіденційної інформації про діяльність підприємства.

Список літератури

- Пигу, А. (1985). *Экономическая теория благосостояния*. Т. 1. Пер. с англ. Москва: Прогресс.
- Фишер, С., Дорнбуш, Р., Шмалензи, Р. (1993). *Экономика*. Пер. с англ. со 2-го изд. Москва: Дело ЛТД.
- Bain, J. S. (1941). The Profit Rate as a Measure of Monopoly Power. *The Quarterly Journal of Economics*, 55(2), 271–293.
- Blair, R. D., & Carruthers, C. K. (2010). The economics of monopoly power in antitrust. Chapter 4. In K. Hylton (Ed.), *Antitrust laws and economics* (p. 311). Encyclopedia of law and economics. Edward Elgar Publisher.
- Elzinga, K., & Mills, D. (2011). *The Lerner Index of Monopoly Power: Origins and Uses*. *American Economic Review*, 101(3), 558–564. <https://doi.org/10.1257/aer.101.3.558>
- Miller, J. (1955). Measures of Monopoly Power and Concentration: Their Economic Significance. In *Business Concentration and Price Policy* (pp. 119–140). Princeton University. <http://www.nber.org/chapters/c0957>

References

- Bain, J. S. (1941). The Profit Rate as a Measure of Monopoly Power. *The Quarterly Journal of Economics*, 55(2), 271–293.
- Blair, R. D., & Carruthers, C. K. (2010). The economics of monopoly power in antitrust. Chapter 4. In K. Hylton (Ed.), *Antitrust laws and economics* (p. 311). Encyclopedia of law and economics. Edward Elgar Publisher.
- Elzinga, K., & Mills, D. (2011). *The Lerner Index of Monopoly Power: Origins and Uses*. *American Economic Review*, 101(3), 558–564. <https://doi.org/10.1257/aer.101.3.558>
- Fischer, S., Dornbusch, R., & Schmalensee, R. (1993). *Economics*. Translated from English. 2nd ed. Moscow: Delo JITD [in Russian].
- Miller, J. (1955). Measures of Monopoly Power and Concentration: Their Economic Significance. In *Business Concentration and Price Policy* (pp. 119–140). Princeton University. <http://www.nber.org/chapters/c0957>
- Pigou, A. (1985). *The economics of welfare*. Vol. 1. Translated from English. Moscow: Progress [in Russian].

Valeriia Tkachova, Oleksandr Bandura

QUANTITATIVE INDEXES OF MONOPOLY AND PROBLEMS OF THEIR IMPLEMENTATION IN ANTITRUST REGULATION

We considered the quantitative indexes to control different monopoly's types and identified the main disadvantages, which obstacle the usage of these indicators in practice of the antitrust regulation. Economic methods of antitrust control can be divided into two groups: (1) direct and (2) indirect. The direct ones are based on the market and competitive prices analysis, marginal revenue (*MR*) and marginal costs (*MC*) and theoretically, they permit to evaluate directly the negative monopoly's impact on the market. Indirect methods are based on the non-price indexes (for instance, concentration or share of the firm on market) and identify only the potential hazard from monopoly. However they do not permit to determine whether monopoly indeed negatively impacts on market and in addition the level of such impact. By analyzing of some disadvantages of the monopoly control indexes, we determined several main features, which should have belonged to the new more perfect monopoly index, which would be the subject of our further investigation: (1) to be a dynamic (not a static one) quantitative index of the monopoly power, which evaluates both the fact of the monopoly power existence and the level of the power's manifestation on the different hierarchical levels (economy, industry, firm) in the mode of real time; (2) to have a capability to separate in the new indicator the innovational component of the monopolist's costs on the different hierarchical stages; (3) to display the correlation between the monopoly's power index and the business cycle phases, since the level of the negative monopoly's impact may be intensified in the recession phase and may be weakened in the recovery phase; (4) to perform the direct control of monopoly through the control of the difference between the market and "natural" (competitive) prices. This control could be realized permanently, actually in "on-line" mode. As compared to indirect methods (which are discrete ones), the price control does not require the confidential information of a firm's activity, which is often unavailable for the regulator.

Keywords: monopoly, antitrust regulation, monopoly power indicator.

Матеріал надійшов 20.05.2022

