

## РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

### НЕДОСКОНАЛА КОНКУРЕНЦІЯ: ПИТАННЯ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ IMPERFECT COMPETITION: ISSUES OF THEORY AND PRACTICE

*У статті досліджено теоретичні та прикладні аспекти недосконалої конкуренції. Проведено порівняльний аналіз основних типів ринкових структур, розглянуто характерні ознаки досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Визначено вклад у розвиток теорії недосконалої конкуренції Е. Чемберліна, Дж. Робінсона та Й. Шумпетера. Звернено увагу на застосування учасниками олігопольного ринку різних механізмів узгоджених дій. Охарактеризовано негативні та позитивні наслідки діяльності монополій. Наведено приклади присутності на ринках України всіх типів ринкових структур, що мають ознаки недосконалої конкуренції. Уточнено сфери діяльності суб'єктів природних монополій в Україні. Охарактеризовано основні завдання та напрями діяльності Антимонопольного комітету України. Зроблено висновок про необхідність підвищення ефективності захисту конкуренції в країні, зниження рівня монополізації та концентрації товарних ринків.*

**Ключові слова:** конкуренція, досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія.

*The aim of the article is to study the theoretical and applied aspects of imperfect competition. For this purpose the comparative analysis of the basic types of market structures is carried out: perfect competition, monopolistic competition, oligopoly and monopoly, their characteristic features are considered. The contribution to the development of the theory of imperfect competition by E. Chamberlin, J. Robinson and J. Schumpeter is determined. It is concluded that in modern conditions one of the most effective market structures is oligopoly, but the attractiveness of oligopolistic markets for the implementation of various mechanisms of concerted action, including open collusion (cartels), covert agreements (price leadership, producer conventions), cooperation. The negative features of monopolies are characterized. Among the positive consequences of their activities is the introduction of innovations, which is unrealistic for small firms. It is concluded that the predominance of negative features of monopolization requires active action of the state in the field of competition protection. Examples of the presence in the markets of Ukraine of all types of market structures that have signs of imperfect competition are given. The activity of restaurant establishments is named as an example of monopolistic competition. The oligopolistic markets in Ukraine are the mobile market, the sugar market, the chicken market, and the refined bottled sunflower oil market. The spheres of activity of the subjects of natural monopolies in Ukraine are specified, among them: transportation of natural and oil gas and its distribution; transportation of oil and oil products; ammonia transportation; transmission and distribution of electricity; centralized water supply and sewerage; transportation of thermal energy. The domestic legislation, which is the basis of the state's competition policy, tasks and activities of the Antimonopoly Committee of Ukraine, is described. Examples of measures taken by this body in 2021 to detect and stop violations of competition laws are given. It is noted that the practice confirms the conclusions of the theory on the possibility of implementing in conditions of imperfect competition of various mechanisms of concerted action that adversely affect competition and harm consumers.*

**Key words:** competition, perfect competition, monopolistic competition, oligopoly, monopoly.

УДК 330.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.74-1>

**Луньова Т.С.**

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
Національна академія статистики, обліку та аудиту

**Lunova Tetiana**

National Academy of Statistics,  
Accounting and Audit

**Постановка проблеми.** Необхідною передумовою успішного функціонування та сталого розвитку економіки країни є створення умов для ефективної конкуренції між суб'єктами господарювання. Прибутковість та ефективність використання ресурсів підприємствами у різних секторах економіки є різними, що залежить від форми здійснення конкуренції. Досконала конкуренція в її класичному вигляді припинила своє існування ще в кінці XIX століття, їй на зміну прийшли такі типи ринкових структур, як монополістична конкуренція, олігополія, монополія, що відрізняються за кількістю учасників, характером продукції, умовами виходу на ринок. Постійна зміна конкурентних відносин потребує дослідження характерних ознак цих ринкових структур з метою розуміння проблеми ефективності ринків, що монополюють

конкурують, а також визначення напрямів державного захисту економічної конкуренції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням теоретичних основ недосконалої конкуренції присвячені наукові праці таких дослідників, як В. Венгер, В. Єременко, К. Захарова, С. Микуланинець, В. Оверченко, Г. Філюк, М. Філон та ін. Проте більш глибокого дослідження потребує прикладний аспект функціонування в Україні типів ринкових структур, що мають ознаки недосконалої конкуренції.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає в дослідженні теоретичних та прикладних аспектів недосконалої конкуренції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В економічній теорії до середини XX ст. сформувався уявлення щодо чотирьох класичних моделей

ринку: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії і чистої монополії. Класифікація ринкових структур (табл. 1) – це результат напрацювань представників неокласичної теорії та неолібералізму, серед яких Ф. Еджуорт, А. Маршалл, Е. Чемберлін, Дж. Робінсон, Й. Шумпетер та інші.

Згідно теорії досконалої конкуренції А. Маршалла, конкурентні відносини на ринку існують тоді, коли там стикається велика кількість продавців і покупців, кожен з яких не здатний диктувати власні ціни, а може лише пристосуватись до існуючих. «Ринок досконалої конкуренції передбачає відсутність влади виробника над ринком і встановлення ціни не виробником, а через функцію попиту і пропозиції» [2, с. 155].

Для досконалої конкуренції характерні такі ознаки [3, с. 41]:

- велика кількість продавців і покупців, жоден з яких не має помітного впливу на ринкову ціну і кількість товару;
- кожен продавець виробляє однорідний продукт, який у жодному відношенні не відрізняється від продукту інших продавців;
- бар'єри для входу на ринок у довгостроковому аспекті або мінімальні, або взагалі відсутні;
- жодних штучних обмежень попиту, пропозиції або ціни не існує і ресурси – змінні фактори виробництва – мобільні;
- кожен продавець і покупець мають повну і правильну інформацію про ціну, кількість продукту, витрати й попит на ринку.

Досконала конкуренція виконує низку функцій, зокрема: «утворює та врівноважує ціни; стимулює скорочення граничних витрат виробництва; раціоналізує структуру виробництва (завдяки безперебійному руху капіталів сприяє їхньому переливанню з галузі в галузь), врівноважує й регулює (самонастроює) розвиток усієї соціально-економічної системи» [4, с. 250]. Разом з тим, для неї характерні і певні недоліки, наприклад:

- вона не передбачає виробництва суспільних благ;
- не здатна забезпечити прискорення науково-технічного прогресу шляхом впровадження наукомістких та капіталомістких технологій;
- за умов досконалої конкуренції фірми виробляють стандартизовану (однорідну) продукцію, практично не враховуючи широкий спектр споживчого вибору.

Процес становлення та розвитку монополій, який почався в кінці XIX ст., привів до появи теорій недосконалої конкуренції, автори яких до цього типу ринкових структур віднесли монополістичну конкуренцію, олігополію та монополію. Зокрема, розробниця економічної теорії недосконалої конкуренції Дж. Робінсон розглядала різні видозміни конкуренції за умов монополізації виробництва. Дослідниця вивчала ситуації олігополії, монополії, чистої монополії і прийшла до висновку, що конкуренція за умов монополізації виробництва зберігається, але стає недосконалою, а монополія, впливаючи на ринкове середовище попиту і пропозиції, не в силі зупинити дію ринкових механізмів. Е. Чемберлін ввів поняття монополістичної конкуренції, стверджуючи, що типовим для сучасного ринку є поєднання конкуренції і монополії. «Якщо продукт і ринок диференційовані, то кожний продавець одночасно є і монополістом, і конкурентом» [4, с. 254].

Монополістична конкуренція – це така ринкова ситуація, за якої відносно багато невеликих виробників пропонує схожу, але не ідентичну продукцію [2, с. 200]. Монополістичній конкуренції властиві риси як монополії, так і досконалої конкуренції. Схожість з монополією обумовлена здатністю фірм контролювати ціни на товари, а із досконалою конкуренцією – великою кількістю фірм та незначними бар'єрами входження на ринок. Характерними ознаками монополістичної конкуренції є наступні:

Таблиця 1

Основні типи ринкових структур

Типи ринкових структур		Характерні риси			
		Кількість фірм	Умови виходу на ринок	Диференціація продукту	Доступність інформації на ринку
Досконала конкуренція		Багато	Бар'єри входження відсутні	Відсутня	Вільний доступ до інформації
Недосконала конкуренція	Монополістична конкуренція	Багато	Бар'єри входження незначні	Наявна	Вільний доступ до інформації
	Олігополія	Незначна	Бар'єри входження високі	Як однорідна, так і диференційована продукція	Доступність лише для великих фірм
	Монополія	Одна фірма	Вхід для інших виробників заблоковано	Відсутня (один продукт)	Інформація закрита

Джерело: складено за [1; 2; 3]

– на ринку існує відносно велика кількість продавців, кожний з яких задовольняє незначну частку попиту (від 1% до 10%);

– конкуренти на ринку торгують диференційованими товарами, однак вони не є абсолютними замінниками; диференціація будується на реальних та вдаваних відмінностях;

– при встановленні ціни чи обсягів продажу не враховуються реакції конкурентів;

– бар'єри входження на ринок є незначними, але складнішими, ніж за умов досконалої конкуренції.

Дослідники зазначають, що «монопольність у такій моделі полягає в тому, що кожна фірма за умов диференціації продукції має певною мірою монопольну владу над своїм товаром; вона може підвищувати і знижувати ціну на нього незалежно від дій конкурентів, хоч ця влада й обмежується наявністю виробників аналогічних товарів» [3, с. 42].

Олігополія – це ситуація, в якій більшу частину продажу здійснює кілька великих фірм, кожна з яких спроможна впливати на ринкову ціну власними діями [2, с. 211]. Олігополія виділяється такими характерними ознаками:

– незначна кількість фірм у галузі;

– виробництво ними як однорідної, так і диференційованої продукції;

– високі бар'єри для входження на ринок;

– загальна взаємозалежність фірм як за ціною, так і за випуском продукції;

– залежність діапазону цін від рівня узгодженості дій конкурентів;

– наявність тенденції до стійкої фіксації цін;

– доступність інформації на ринку лише для великих фірм.

На думку дослідників, «олігополія являє собою одну із найефективніших ринкових структур. З одного боку, вона дозволяє сконцентрувати під контролем одного підприємства достатню для ефективного господарювання кількість ресурсів, з другого – зберігає конкуренцію між олігополістами» [5, с. 166]. Проте варто розуміти, що олігопольні ринки є досить привабливими для реалізації різних змов та узгоджених дій, які негативно впливають на конкуренцію. Пояснюється це тим, що олігополістичний ринок повсякчас перебуває під впливом двох різноспрямованих сил: зацікавленості кожної фірми у максимізації сукупної маси прибутку для всієї галузі та прагнення до максимізації власного прибутку. Для досягнення максимізації прибутку галузі учасники ринку застосовують різні механізми узгоджених дій: відкриті змови (картельні угоди), приховані угоди (цінове лідерство, конвенції виробників), кооперативна співпраця (сигналізування, евристичне ціноутворення) [6, с. 38].

Монополія – це така ринкова ситуація, коли окрема фірма або об'єднання декількох фірм

виробляють переважну кількість певної продукції, завдяки чому впливають на процес ціноутворення і привласнюють високі (монопольні) прибутки. При цьому не слід думати, що йдеться лише виключно про 100%-ну частку фірми на ринку, але і про відносне домінування, коли «її конкурентне оточення є настільки слабким, що не може вплинути на загальні умови функціонування ринку» [7]. Г. М. Филук справедливо зазначає, що «суб'єктом монополії може бути не тільки велике, але й незначне за розмірами підприємство, особливо, якщо воно випускає унікальну продукцію. Монополія може існувати і в масштабах світового господарства, і в межах національних кордонів, і на локальних ринках» [7].

Ринок чистої монополії (один виробник) характеризується такими рисами: самостійне встановлення виробником ціни на свій товар; відсутність близьких замінників товару; заблокований вхід на ринок для інших виробників. Більшість поглядів теоретиків на сутність монополізації мають негативний відтінок, тоді як Й. Шумпетер називав монополію двигуном економічного розвитку. Адже, володіючи значними фінансовими ресурсами, монополісти мають можливість проводити дослідницькі роботи, впроваджувати нову техніку і технології, що нереально для невеликих фірм. І все ж, переважаючі негативні рис монополізації потребують активних дій держави у сфері захисту конкуренції.

На ринках України присутні всі три типи ринкових структур, що мають ознаки недосконалої конкуренції.

Прикладом монополістичної конкуренції є діяльність закладів ресторанного господарства. У січні 2022 р. їх кількість в Україні склала

15,8 тисяч. При ємності ринку в 15,0 млрд. грн. середня частка закладу становить менше 1%.

Яскравим прикладом олігопольного ринку в Україні є ринок мобільного зв'язку, на якому функціонують три оператори – Київстар, Vodafone Україна та Lifecell.

У 2020 р. АМКУ олігопольним назвав ринок цукру, найбільші частки основних учасників якого наступні: Група «Astarta» – 19%,

ТЗОВ «Радехівський цукор» – 19%, Група компанії «Укрпромінвест» – 10%. Ринок характеризується високими бар'єрами входження нових виробників, зокрема значною вартістю необхідних переробних потужностей для здійснення діяльності з виробництва цукру [8].

До олігопольного типу слід також віднести ринок курячого м'яса, більше половини якого займають три виробники – ПАТ «Миронівський хлібопродукт» (38%), ТОВ «Комплекс Агромарс» (12%), ТОВ «Агро-Овен» (6%) [9].

Олігопольним є вітчизняний ринок олії соняшникової рафінованої бутильованої. АМКУ трива-

лий час досліджується ситуація на цьому ринку щодо його обсягу, структури, часток учасників, можливих порушень конкурентного законодавства. Це пов'язано із різким зростанням ціни на олію соняшникову на внутрішньому ринку у 2021 р. (більше, ніж на 80%). Ринок олії є експортно-орієнтованим, його основна проблема полягає в залежності збалансованості внутрішнього попиту та пропозиції від світової ринкової кон'юнктури. Основними учасниками ринку є дві компанії, сукупна частка виробництва яких складає понад 50%: ДП «Сантрейд» та ТОВ «Кернел-Трейд».

На думку експертів, у цих виробників відбувалося синхронне зростання цін на олію на внутрішньому ринку при одночасному зниженні цін експорту, що могло свідчити про субсидування дешевої експортної олії на конкурентних іноземних ринках за рахунок дорогої для внутрішнього споживача [10].

До сфери діяльності суб'єктів природних монополій в Україні належать [11]:

- транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл;
- транспортування нафти і нафтопродуктів трубопроводами;
- транспортування аміаку трубопроводами;
- передача та розподіл електричної енергії;
- централізоване водопостачання та водовідведення;
- транспортування теплової енергії магістральними та місцевими (розподільчими) тепловими мережами.

На сьогоднішній день в Україні створені та діють система державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності, система державного регулювання природних монополій, національна система контролю державної допомоги суб'єктам господарювання. Підґрунтям конкурентної політики держави є комплекс Законів України «Про захист економічної конкуренції», «Про Антимонопольний комітет України», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про державну допомогу суб'єктам господарювання».

Згідно статті 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III, «суб'єкт господарювання займає монопольне (домінуюче) становище на ринку товару, якщо: на цьому ринку у нього немає жодного конкурента; він не зазнає значної конкуренції внаслідок обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів та збуту товарів, наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, наявності пільг чи інших обставин» [12]. Монопольним (домінуючим) в Україні вважається становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку товару перевищує 35%, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції.

Для забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері публічних закупівель у 1993 р. був створений Антимонопольний комітет України (АМКУ) як державний орган із спеціальним статусом. Основні завдання цього органу наступні [13]:

- здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції;
- контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та дотриманням вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час регулювання цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції;
- методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції;
- здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері публічних закупівель;
- проведення моніторингу державної допомоги суб'єктам господарювання та здійснення контролю за допустимістю такої допомоги для конкуренції.

Варто навести декілька прикладів заходів щодо виявлення та припинення порушень вітчизняного законодавства, проведених АМКУ у 2021 р. [11]:

- відкриття справи проти ТОВ «ГК «Нафтогаз Трейдинг» щодо зловживання монопольним становищем на ринку оптової реалізації природного газу;
- відкриття справи проти 169 компаній, що торгують паливом через АЗС (у тому числі ПАТ «Укрнафта» та ПАТ «Укртатнафта»), за антиконкурентні узгоджені дії на ринку світлих нафтопродуктів. В межах цієї справи виявлено випадки одночасного встановлення на автозаправних станціях однакових цін на пальне, незалежно від бренду АЗС та регіону;
- визнання неправомірними дій ДП «Держвуглепостач», ПАТ «Центренерго», ТОВ «ДТЕК Трейдинг», АТ «ДТЕК Дніпроенерго», АТ «ДТЕК Західенерго», ТОВ «ДТЕК Східенерго» щодо завищення граничних цін на енергетичне вугілля для потреб ТЕС і ТЕЦ, що призвело до обмеження конкуренції на ринку генерації електроенергії;
- накладення штрафу за зловживання монопольним становищем на загальнодержавному ринку первинної реалізації патоки крохмальної кукурудзяної та глюкозних сиропів на групу компаній - ТОВ «Інтерстарч Україна», ПрАТ «Дніпровський КПК» та ПрАТ «Інтеркорн», підпорядкованих групі Roshen Europe BV;
- накладення штрафу на оператора телекомунікацій «Лайфселл» за поширення неправдивої



та неточної інформації щодо лідерства у наданні послуг, що могло надати йому неправомірних переваг та поставити компанію у більш вигідне становище у порівнянні з конкурентами;

– накладення штрафу та позбавлення права участі в публічних закупівлях на три роки компаній ТОВ «Форма» та ТОВ «Еко-буд-трейд» через змову на тендері щодо будівництва Подільського моста у Києві.

Отже, наведені приклади практичної діяльності АМКУ підтверджують висновки теорії про можливість реалізації в умовах недосконалої конкуренції різних механізмів узгоджених дій, які негативно впливають на конкуренцію та наносять шкоду споживачам.

**Висновки з проведеного дослідження.** Проведене дослідження дозволило здійснити порівняльний аналіз теоретичних характеристик основних типів ринкових структур: досконалої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та монополії. Огляд різних типів вітчизняних ринків показав, що монополістична конкуренція характерна для діяльності закладів ресторанного господарства, олігопольними в Україні є ринок мобільного зв'язку, ринки цукру, курячого м'яса, олії соняшникової рафінованої бутильованої. Застосування в умовах недосконалої конкуренції різних механізмів узгоджених дій потребує підвищення ефективності захисту конкуренції в країні.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Микуланинець С. І. Порівняльний аналіз типів ринкових структур. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 31. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/688/661>
2. Оверченко В. І., Мажак З. М., Софій М. І. Мікроекономіка: Навчальний посібник / за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ : «Лілея\_НВ», 2015. 348 с.
3. Філон М. М. Дослідження економічної сутності конкуренції, її вплив на формування структури ринку в національній економіці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Випуск 17. Частина 4. С. 40–43.
4. Єременко В. Історія економічної науки (короткий огляд нової ери): науково-навчальне видання. Київ : Інформаційно-видавничий центр Держкомстату, 2002. 553 с.
5. Венгер В. В. Ринкова влада та картельні змови на олігопольних ринках. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Випуск 6. Частина 1. С. 165–168.
6. Захарова К. Ф. Державне регулювання картелізації національної економіки: дис. ... канд. екон. наук. 08.00.03. Київ, 2016. 249 с.
7. Филук Г. М. Методологічні передумови сучасного дослідження монополії. URL: [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009\\_20/Zb20\\_09.pdf](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009_20/Zb20_09.pdf).

8. Звіт Антимонопольного комітету України за 2020 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/605/4a0/e26/6054a0e268fc0702551413.pdf>.

9. Половину ринку курячого м'яса в Україні тримають кілька компаній. URL: <https://agropolit.com/news/7261-polovina-rinku-kuryachogo-myasa-v-ukraini-trimayut-kilka-kompaniy>.

10. Москаленко Ю. Ціна на соняшникову олію зростає через олігополію на ринку. URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/tsina-na-sonyashnikovu-oliju-zrostaє-cherez-olihopoliju-na-rinku.html>.

11. Антимонопольний комітет України: офіційний вебпортал. URL: <https://amcu.gov.ua>.

12. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III (у ред. від 6.10.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>.

13. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.1993 р. № 3659-XII (у ред. від 5.08.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>.

#### REFERENCES:

1. Mykulanynets S. I. (2021) Porivnialnyi analiz typiv rynkovykh struktur [Comparative analysis of types of market structures] *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and society], 31. Available at: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/688/661>. (in Ukrainian)
2. Overchenko V. I., Mazhak Z. M., Sofii M. I. (2015) Mikroekonomika: Navchalnyi posibnyk [Microeconomics: A Textbook] / za nauk. red. O. L. Anufrievoi. Ivano-Frankivsk: «Lileia\_NV». (in Ukrainian)
3. Filon M. M. (2016) Doslidzhennia ekonomichnoi sutnosti konkurentsii, yii vplyv na formuvannia ekonomichnoi struktury rynku v natsionalnii ekonomitsi [Research of the economic essence of competition, its influence on the formation of the market structure in the national economy] *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 17 (vol. 4), pp. 40–43. (in Ukrainian)
4. Yeremenko V. (2002) Istoriia ekonomichnoi nauky (korotkyi ohliad novoi ery): naukovo-navchalne vydannia [History of economic science (a brief overview of the new era): scientific and educational publication]. Kyiv: Informatsiino-vydavnychiy tsentr Derzhkomstatu. (in Ukrainian)
5. Venher V. V. (2014) Rynkova vlada ta kartelni zmovy na olihopolnykh rynkakh [Market power and cartels in oligopolistic markets]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 6 (vol. 1), pp. 165–168. (in Ukrainian)
6. Zakharova K. F. (2016) Derzhavne rehuliuвання kartelizatsii natsionalnoi ekonomiky [State regulation of cartelization of the national economy] (PhD Thesis), Kyiv. (in Ukrainian)
7. Fylyuk H. M. (2009) Metodolohichni peredumovy suchasnoho doslidzhennia monopolii [Methodological preconditions of modern research of monopoly]. Available at: [http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009\\_20/Zb20\\_09.pdf](http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2009_20/Zb20_09.pdf). (in Ukrainian)
8. Zvit Antymonopolnoho komitetu Ukrainy za 2020 rik [Report of the Antimonopoly Com-

mittee of Ukraine for 2020]. Retrieved from <https://amcu.gov.ua/storage/app/uploads/public/605/4a0/e26/6054a0e268fc0702551413.pdf>. (in Ukrainian)

9. Polovynu rynku kuriachoho miasa v Ukraini try-maiut kilka kompanii [Half of the chicken market in Ukraine is held by several companies]. Available at: <https://agropolit.com/news/7261-polovina-rinku-kuryachogo-myasa-v-ukrayini-trimayut-kilka-kompaniy>. (in Ukrainian)

10. Moskalenko Yu. (2021) Tsina na soniashnykovu oliiu zrostaie cherez olihopoliiu na rynku [The price of sunflower oil is rising due to the oligopoly on the market]. Available at: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/tsina-na-sonjashnikovu-oliju-zrostaje-cherez-olihopoliju-na-rinku.html>. (in Ukrainian)

11. Antymonopolnyi komitet Ukrainy: ofitsiyni veb-portal [Antimonopoly Committee of Ukraine: official website]. Available at: <https://amcu.gov.ua>. (in Ukrainian)

12. Pro zakhyst ekonomichnoi konkurentsii: Zakon Ukrainy vid 11.01.2001 r. № 2210-III (u red. vid 6.10.2021 r.) [On protection of economic competition: Law of Ukraine from 11.01.2001 No 2210-III]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>. (in Ukrainian)

13. Pro Antymonopolnyi komitet Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 26.11.1993 r. № 3659-XII (u red. vid 5.08.2021 r.) [On the Antimonopoly Committee of Ukraine: Law of Ukraine from 26.11.1993 No 3659-XII]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>. (in Ukrainian)