



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

Методичні рекомендації щодо застосування Тесту Гіпотетичного Монополіста під час визначення ринків

Управління конкурентної та
регіональної політики

10 липня 2020



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Застосування

Застосовується за умови, якщо за допомогою інших (якісних) методів, передбачених Методикою визначення монопольного (домінуючого) становища, межі відповідного товарного ринку не можуть бути однозначно визначені.



**Гіпотетичний
монополіст**

Максимізує
прибуток без
загроз конкуренції



Тривале

Більше одного
року

**Невелике
підвищення
ціни**

5-10%



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Додаткові припущення, що приймаються при застосуванні

- Інші чинники, що впливають на рівень прибутковості є **незмінними**
- Для цілей ТГМ **враховуються лише змінні витрати**
- Підвищення ціни складає **5-10 % і є лінійним**
- Підвищення ціни триває, як правило, **не менше 1 року**
- Покупці діють **раціонально**
- Кожен покупець може **придбавати товари замітники відмовитися від придбання товару заміників і зменшити обсяги закупівлі і залишити обсяги закупівлі незмінними і застосувати змішану стратегію**



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Порядок застосування

- Крок №1.** Визначення цільового товару (групи товарів)
- Крок №2.** Здійснення SSNIP
- Крок №3.** Дослідження зміни обсягів реалізації цільового товару

Внаслідок SSNIP покупець може:

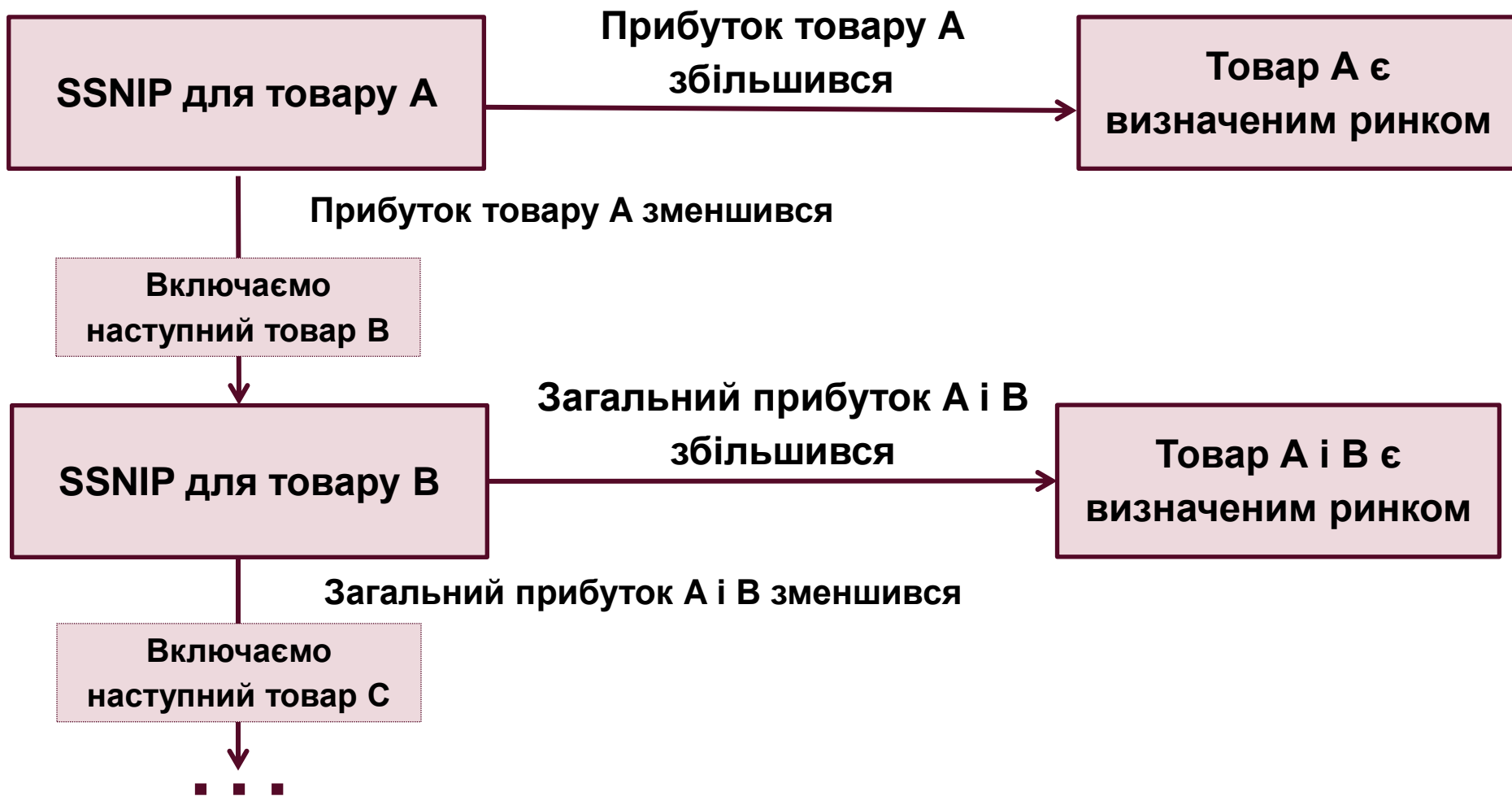
- 1) перейти на придбання іншого товару
- 2) відмовитися від покупки даного товару та його замінників
- 3) зменшити обсяги закупівлі товару, що подорожчав
- 4) не відреагувати на підвищення цін
- 5) застосувати змішану стратегію



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Порядок застосування

Крок №4. Аналіз результатів





ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Обставини, що можуть потребувати поглибленого аналізу

- Критичні втрати та їх порівняння з фактичними
- Ланцюги заміності
- Заміщення пропозиції



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Відомості, що можуть використовуватися

- Відомості суб'єктів господарювання про ціни, витрати, господарські стратегії
- Результати опитувань покупців і конкурентів
- Відомості, у тому числі загальнодоступні, про розмір витрат на переключення
- Відомості, у тому числі загальнодоступні, про якісні характеристики / властивості товару
- Будь-які інші відомості, що мають значення для встановлення передбачених Методичними рекомендаціями обставин



ТЕСТ ГІПОТЕТИЧНОГО МОНОПОЛІСТА

Обмеження

Застосування ТГМ може супроводжуватися неконтрольованими втратами точності, а, отже, бути обмеженим у випадках:

1. Цінової дискримінації: **ТГМ дає надто широкі межі ринку**
2. Обмеження конкуренції на вихідному ринку: **ТГМ дає надто широкі межі ринку**
3. Державного регулювання цін: **ТГМ може давати як надто широкі, так і надто звужені межі ринку**
4. Різної еластичності попиту покупців гіпотетичного монополіста: **ТГМ дає надто широкі межі ринку**
5. Інфляція: **мають враховуватися інфляційні процеси**
6. Ринки вторинних товарів: **ТГМ може давати звужені товарні межі ринку**