

Державний торговельно-економічний університет
Факультет економіки, менеджменту та психології
Кафедра економічної теорії та конкурентної політики

Випускна кваліфікаційна робота на тему:

РОЗВИТОК ВЕРТИКАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ У
ТЮТЮНОВІЙ ГАЛУЗІ

Студента 4 курсу, 12 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
Спеціалізації «Управління в сфері
економічної конкуренції»

Лобода Олег
Олегович

Науковий керівник
кандидат екон. наук, доцент

Лебедева Лариса
Валеріанівна

Гарант освітньої програми
кандидат екон. наук
доцент

Щербакова Таміла
Анатоліївна

Київ 2022

АНОТАЦІЯ

Лобода О.О. «Розвиток вертикальної конкуренції у галузі тютюнового виробництва»

Спеціальність 073 «Менеджмент», освітня програма «Управління в сфері економічної конкуренції», Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускна кваліфікаційна робота присвячена дослідженню проблем розвитку вертикальної конкуренції тютюнової галузі на прикладі вітчизняного ринку. У роботі проаналізовано стан вітчизняного ринку тютюнової продукції, визначено його основні конкурентні засади. Досліджено антиконкурентні порушення та розроблено ряд пропозицій та рекомендацій для сприяння розвитку вертикальної конкуренції.

Ключові слова: вертикальна конкуренція, тютюнова галузь, монополія, антиконкурентні узгоджені дії, моделі дистрибуції.

SUMMARY

Loboda O.O. "Development of vertical competition in the field of tobacco production"

Specialty 073 "Management", educational program "Management in the field of economic competition", State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The bachelor thesis is devoted to the study of the problems of vertical competition in the tobacco industry on the example of the domestic market. The state of the domestic market of tobacco products, its main competitive principles have been analyzed. Anti-competitive distortions were also been investigated, a number of proposals and recommendations were developed to promote vertical competition.

Keywords: vertical competition, tobacco industry, monopoly, anticompetitive concerted actions, distribution models.

ЗМІСТ

ВСТУП..... 3

РОЗДІЛ 1. ВЕРТИКАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ У ГАЛУЗІ
ВИРОБНИЦТВА ТА ДИСТРИБУЦІЇ ТЮТЮНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В
УКРАЇНІ 6

 1.1 Ринок тютюну в Україні: стан та конкурентні засади 6

 1.2 Аналіз вертикальної конкуренції на прикладі тютюнової галузі
в Україні 11

РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ
УПРАВЛІННЯ ВЕРТИКАЛЬНОЮ КОНКУРЕНЦІЄЮ У
ГАЛУЗІ ТЮТЮНОВОГО ВИРОБНИЦТВА 22

 2.1. Міжнародний досвід регулювання галузі виробництва
тютюнової продукції 22

 2.2. Пропозиції щодо розвитку конкуренції у галузі тютюнового
виробництва в Україні..... 26

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 32

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 34

ДОДАТКИ..... 38

ВСТУП

Актуальність дослідження. Український ринок тютюнових виробів є одним із найбільших серед країн Європи. Виробники та дистриб'ютори тютюнової продукції є одними з лідерів за рівнем сплати акцизних податків, які становлять значну частку надходжень до вітчизняного бюджету, що обумовлює важливість досліджуваної проблематики. Починаючи з 2016 року, провідні суб'єкти виробничої вертикалі української тютюнової галузі, а саме тютюновиробники та головний дистриб'ютор стали учасниками резонансного судового протистояння з Антимонопольним комітетом України внаслідок чого виникли численні дискусії та обговорення стосовно визначення в подальшому найбільш раціональної моделі вітчизняної дистрибуції сигарет та розвитку вертикальної конкуренції.

Так як тютюновий ринок має складну та багаторівневу структуру, це дає змогу краще дослідити практичне функціонування вертикальної конкуренції, і на прикладі вітчизняного ринку дистрибуції сигарет виявити проблеми та недоліки в роботі органів антимонопольного регулювання, визначити шляхи створення сприятливих умов для розвитку вертикальної конкуренції, зменшення частки тіньового ринку та збільшення акцизних надходжень до держбюджету України.

Аналіз досліджень і публікацій з представленої теми. Якщо говорити про явище вертикальної конкуренції в цілому, то перше відображення теоретичної бази містить робота Майкла Портера про 5 рушійних сил конкуренції [1], що надає змістовне обґрунтування теоретичних засад вертикальної конкуренції. Серед вітчизняних досліджень є лише нечисленні матеріали, які комплексно розкривають проблематику функціонування вертикальних

взаємозв'язків між суб'єктами товароруху і в повній мірі розкривають значення вертикальних сил конкуренції. Серед них зокрема роботи А. Герасименко «Вертикальна конкуренція у вітчизняній торгівлі» [2], та Нікішиної О.В. «Теоретичні засади розвитку систем та вертикально суміжних ринків зерна та продуктів його переробки» [3].

Об'єктом дослідження є провідний дистриб'ютор сигарет в Україні компанія «Тедіс-Україна» та вітчизняний ринок тютюнової дистрибуції в цілому.

Предметом дослідження є механізм антимонопольного регулювання господарських відносин у сфері виробництва та дистрибуції тютюнових виробів, спрямований на розвиток вертикальної конкуренції.

Метою роботи є дослідження способів стимулювання розвитку вертикальної конкуренції у вітчизняній тютюновій галузі.

Основними завданнями роботи є:

- Дослідження антиконкурентних порушень у контексті вертикальної конкуренції з метою їх подальшого недопущення;
- визначення найбільш раціональної моделі дистрибуції сигарет на українському ринку;
- систематизація інформації стосовно функціонування вертикальної конкуренції та формування пропозицій стосовно її розвитку.

Джерела інформації. Інформаційною базою є теоретичні дослідження світових та вітчизняних вчених з вертикальної конкуренції, нормативно-правова база, що врегульовує відповідні економічні відносини та численні дослідження українських ЗМІ

стосовно справи «Тедісу» та відповідних антиконкурентних порушень.

Методи дослідження. Для виконання роботи використовувалися такі методи наукового дослідження, як аналіз, синтез, індукція, дедукція, пояснення.

Практична цінність випускного кваліфікаційного дослідження полягає у створенні пропозицій та рекомендацій, здатних посприяти здійсненню антимонопольного регулювання відповідними органами при цьому забезпечити розвиток вертикальної конкуренції у відповідній галузі у відповідності до інтересів усіх учасників господарських відносин та інтересів держави.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів в кожному з яких по два підрозділи, висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи займає 43 сторінки комп'ютерного тексту (у тому числі 4 таблиці та 5 рисунків). Робота містить 2 додатки. Список використаних джерел налічує 29 позицій.

РОЗДІЛ 1. ВЕРТИКАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ У ГАЛУЗІ ВИРОБНИЦТВА ТА ДИСТРИБУЦІЇ ТЮТЮНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

1.1 Ринок тютюну в Україні: стан та конкурентні засади

Вітчизняний ринок сигаретної продукції є одним із найбільших серед країн Європи. Учасниками ринкових відносин тютюнової галузі є: виробники тютюнової продукції, оптові та роздрібні дистриб'ютори і власне споживачі. Оптовики купують у виробників великі партії товару і через свої канали продають їх у роздріб - магазинам, кіоскам.

На даний момент на цьому ринку представлені багато груп товарів: сигарети з фільтром або без фільтру, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння, нюхання, смоктання чи жування [4]. Це свідчить про високе різноманіття та широкий асортимент продукції що забезпечує значний рівень конкуренції у галузі тютюнового виробництва в Україні.

Медична та наукова практика свідчить про те що практично вся тютюнова продукція є шкідливою для здоров'я, здатна викликати залежність і може призводити до серйозних захворювань, таких як рак. Через це даний сегмент ринку потребує особливого регулювання та контролю над виробництвом і продажем продукції.

Особливістю галузі тютюнового виробництва є те, що попри значну шкоду для здоров'я людини, продаж тютюнової продукції забезпечує значні надходження до державного бюджету, а у випадку повної заборони даного сегменту товарів цей ринок перейде на тіньову сторону бізнесу. Так, за 9 місяців 2021 року загальні

надходження акцизного податку з тютюнових виробів в Україні зросли на 18,7% - до 46,7 млрд грн [5].

Саме у сфері тютюнового виробництва прослідковується зростаюча динаміка акцизних надходжень, адже тютюнові вироби — це особливий сегмент товару, що відзначається стабільністю його споживання. Враховуючи цей фактор, тютюнові компанії є лідерами зі сплати податків в Україні

В Україні наразі існує 6 передових тютюнових виробників. Серед них 4 представництва транснаціональних компаній, які заповнюють близько 80% ринку [6]:

- Philip Morris International (PMI), з виробничими потужностями поблизу м. Харків. Провідна міжнародна тютюнова компанія, вийшла на український ринок 1994 року.

- Japan Tobacco International (JTI), з виробничими потужностями в м.Кременчук, Полтавська область. Компанія також входить до числа провідних виробників тютюнової продукції в світі і є лідером серед країн СНД. В Україні компанія існує з 1993 року.

- British American Tobacco (BAT), з виробничими потужностями в м. Прилуки, Чернігівська область. Бритіш Американ Тобакко Україна — перше підприємство з іноземними інвестиціями в тютюновій галузі України, яке було засноване в 1993 році на базі Прилуцької тютюнової фабрики.

- Imperial Tobacco (IT), з виробничими потужностями в м.Київ. Компанія є великим інвестором і входить до ТОП-10 найбільших платників податків в країні.

Також сигарети виготовляють два локальні виробники, що контролюють 11,5% ринку:

- Львівська тютюнова фабрика з виробничими потужностями у м. Винники, Львівська область; Львівську тютюнову фабрику придбала тютюнова корпорація «P. J. Reynolds» на початку 1990-х років.

- ТОВ «Юнайтед Табако» у м. Жовті Води, Дніпропетровська область. Офіційно зареєстрована в 2016 році.

Крім того, близько 8,5% українського тютюнового ринку сьогодні є нелегальною продукцією. Це сигарети, з яких держава не отримує податки та які потрапляють на територію України нелегально. Нелегальний сегмент тютюнового ринку складається з двох частин: контрафакту - підробок, що виробляються в Україні, та "класичної" контрабанди - тютюнових виробів, які потрапляють в Україну з-за кордону. Основні постачальники контрабандних сигарет: Білорусь та росія, оскільки сигарети, що виробляються там, дешевші за українські.

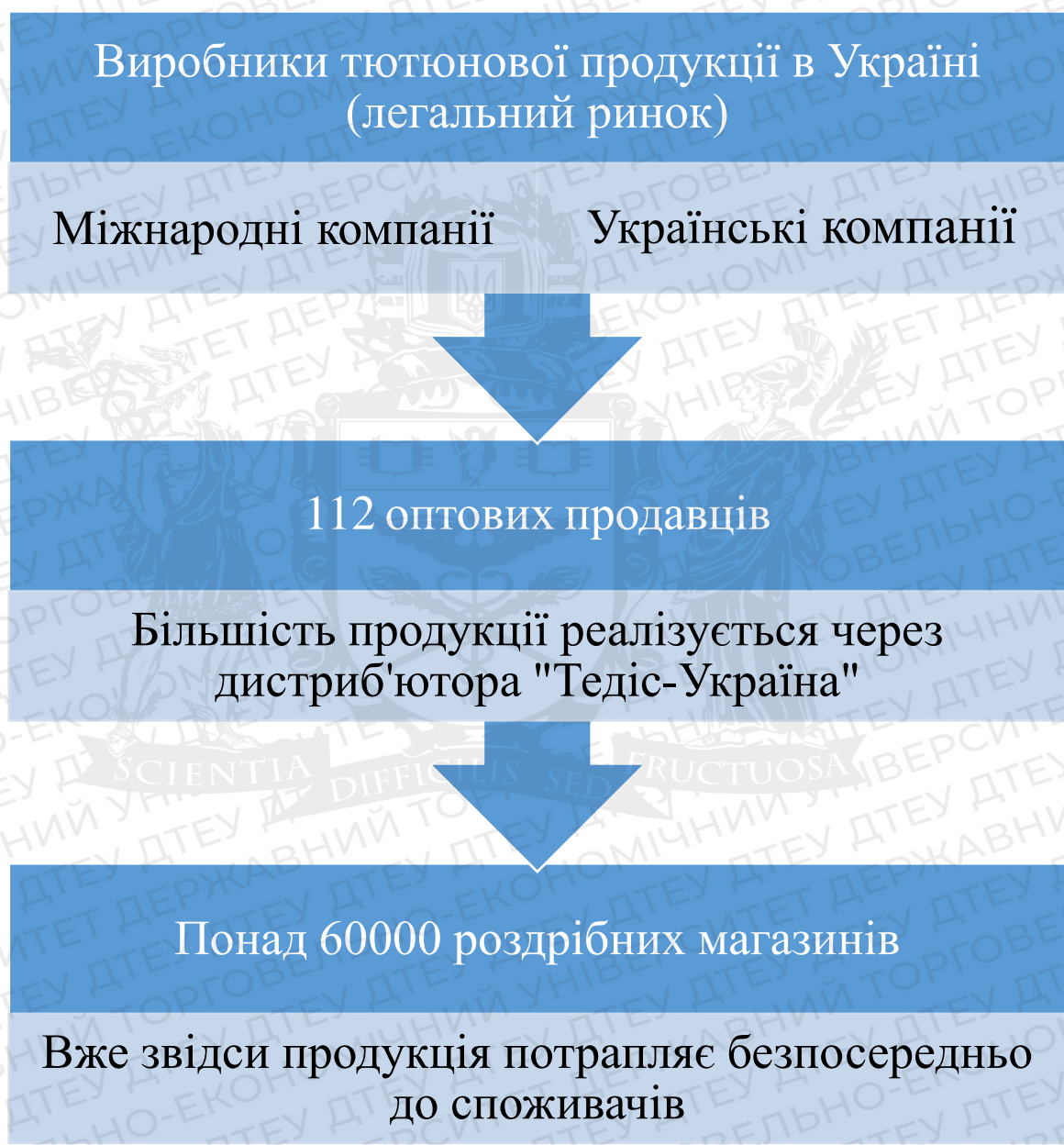
У економічних відносинах на тютюновому ринку України беруть участь 112 оптових продавців. Усі вони мають державні ліцензії на оптову торгівлю тютюновими виробами. Саме до них потрапляє продукція від виробників. А вже оптові продавці поставляють товар у роздрібні торговельні точки. (Таблиця 1.1)

При цьому оптовики можуть мати як оптову, так і роздрібну ліцензію. Проте оптові продавці – не єдиний канал продажу тютюнової продукції. Виробники також мають прямі контракти на постачання сигарет із торговими мережами, частка яких у загальному обсязі сягає близько 30%.

Крім того, українські фабрики працюють переважно через свої філіальні структури - торгові будинки, які також можуть безпосередньо постачати сигарети ключовим клієнтам – ТОВ «Тедіс-

Україна», АТБ, Fozzy Group (Fozzy C&C, Сільпо, Фора), Metro, Novus, Billa, Фуршет та іншим оптовим торговцям.

Таблиця 1.1



Як бачимо, ринок сигарет має складну багаторівневу структуру взаємопов'язаних між собою товарних ринків. Якщо аналізувати стан конкуренції на ключових етапах вертикалі товароруху (етапи виробництва та дистрибуції), можна дійти таких висновків:

- виробничий етап тютюнового ринку близький до олігополії, позаяк, містить нечисленну кількість домінуючих транснаціональних компаній, що займають переважну частку ринку;
- етап дистрибуції хоча і містить значну кількість суб'єктів господарювання, однак є глибоко монополізований ТОВ "Тедіс-Україна", що являється єдиним великим гравцем у галузі дистрибуції сигарет. (Частка ТОВ "Тедіс-Україна", за оцінкою Антимонопольного комітету України, на 2020 [7] рік становила до 60-70%. Компанія залишається партнером "великої тютюнової четвірки" - "Філіп Морріс Україна", "JTI Україна", "Імперіал Тобакко Юкрейн" та "ВАТ Україна". Дистрибуційна мережа охоплює 50 000 точок продажу і має найбільше покриття по всій території країни.)
- конкуренція на вітчизняному ринку сигарет носить характер боротьби не стільки за споживача, скільки за вигідніші умови реалізації / закупівлі товарів, а зрештою – за контроль над більшою часткою галузевого прибутку, ілюструє монополізацію ринку у контексті так званої вертикальної конкуренції.

Вертикальна конкуренція – вид конкуренції, що, на відміну від горизонтальної конкуренції передбачає конкурентну боротьбу між суб'єктами господарювання в межах декількох етапів виробничої вертикалі товароруху.

1.2. Аналіз вертикальної конкуренції на прикладі тютюнової галузі в Україні

Згідно ст. 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції»: “зловживанням монопольним (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб’єкта господарювання, який займає монопольне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб’єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку.” [8]

Саме український ринок сигарет є яскравим прикладом монополізації, що стала передумовою таких зловживань. До 2010 року ознаки монополії на тютюновому ринку в Україні були відсутні. Але через присутність на ньому великої кількості учасників господарських відносин, постала потреба певної реорганізації ринку, до того ж самі виробники були зацікавлені у співпраці з одним конкретним контрагентом, на перевагу співпраці окремо з багатьма різними. Унаслідок цього і були створені передумови для появи такого єдиного суб’єкта.

Проте, як наслідок, монополізація ринку дистрибуції тютюнових виробів та концентрація в одних руках значної частини певних функцій створила необмежені можливості для усіляких зловживань.

Згідно з дослідженням проекту «Економічна правда» [9], процес монополізації розпочався ще у 2010 році, коли на український сигаретний ринок увійшла російська компанія «Мегаполіс», що на той момент була монополістом серед дистриб’юторів тютюнової продукції на території РФ. Тоді ж «Мегаполіс» став контролювати уже 50% і українського ринку оптової торгівлі сигаретами. Тим

часом Антимонопольним комітетом України було видано низку дозволів на концентрацію, на підставі яких групою компаній «Мегаполіс», був придбаний ряд тютюнових українських оптовиків. Для цих угод були засновані спеціальні цільові компанії, на які було переукладено всі дистриб'юторські угоди з виробниками. Згодом кожна з таких цільових компаній була приєднана до «Тедіс Україна», який став їхнім правонаступником [10].

Аналізуючи кожне окреме надане Антимонопольним комітетом України рішення про концентрацію на користь «Мегаполісу» в правовому полі важко побачити певні порушення. Однак, враховуючи те, що Антимонопольний комітет не надав правильної оцінки ситуації в цілому, та не оцінив потенційно негативні наслідки такої концентрації для української тютюнової галузі, а процес поглинання «Мегаполісом» компаній з мільярдними річними оборотами старанно приховувався, про що свідчить навіть відсутність у той час майже жодної згадки про це у офіціальних ЗМІ, стає зрозуміло, що скоріше за все прийняття таких рішень могло супроводжуватися факторами політичного та переговорного тиску.

Внаслідок монополізації «Мегаполісом» (далі «Тедісом») української тютюнової дистрибуції, вже починаючи, з 2013 року 100% виробленої продукції реалізується виключно через ТОВ «Тедіс-Україна», незважаючи на наявність більше 40 виданих ліцензій на оптову торгівлю сигаретами. Бар'єрами доступу на ринок стали вимоги основних виробників до контрагентів – оптових покупців, що потребують значних капіталовкладень, та ліцензування діяльності [11]. Відповідно, з появою на ринку такого монополіста, жодна з компаній більше не мала змоги купувати продукцію безпосередньо у тютюновиробників [12].

Єдина можливість займатися торгівлею тютюновими виробами полягала у перекупці їх у того ж таки «Тедісу». Але збільшення ціни на частку власного прибутку ставало неможливим, адже тютюнова продукція належить до категорії товарів, що має максимальну роздрібну ціну (МРЦ), яку встановлює виробник. А згідно статті 14 Податкового кодексу України [13], жоден продавець чи посередник не може продати сигарети з надбавкою більшою за розмір акцизного податку з роздрібною торгівлі підакцизними товарами (5%).

У рамках розслідування справи АМКУ [11], встановлено порушення законодавства про захист економічної конкуренції на ринку дистрибуції сигарет ТОВ «ТЕДІС Україна», що полягали:

- у збільшенні ТОВ «ТЕДІС Україна» власного прибутку за рахунок прибутку оптових і роздрібних торгівців;
- у неврахуванні транспортних витрат оптових і роздрібних торгівців при здійсненні закупівлі сигарет шляхом самовивозу;
- у встановленні оптово-відпускнуої ціни для оптових торгівців на однаковому рівні із роздрібними торгівцями;
- в одноосібному (без погодження із замовниками) обмеженні обсягів реалізації сигарет. Користуючись становищем монополіста з 2013 року по вересень 2015 року, ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» здійснювало зловживання шляхом встановлення на власний розсуд (часто без економічного обґрунтування) як розміру власного валового прибутку від реалізації сигарет, так і розміру валового прибутку від реалізації сигарет своїх покупців. Це відбувалося шляхом підвищення власної торговельної надбавки, а також шляхом часткової відмови від реалізації товару за відсутності альтернативних джерел придбання, що призвело до обмеження

конкурентоспроможності, ущемлення інтересів покупців ТОВ «ТЕДІС Україна» – оптових і роздрібних торговців.

(Схеми руху сигарет до кінцевого споживача та динаміка співвідношення часток валового продукту ТОВ «Тедіс Україна» та оптових і роздрібних торговців взяті зі звіту АМКУ [11] представлені у додатку А).

Тож рішенням № 551 від 16 грудня 2016 року Антимонопольний комітет України визнав винним ТОВ «ТЕДІС УКРАЇНА» у вчиненні антиконкурентних порушень [11] і наклав на компанію рекордний на той час штраф у розмірі 431 млн [14].

Але не тільки оптовик «Тедіс» одноосібно став винуватцем монополізації ринку дистрибуції сигарет, адже поруч із цим також мало місце порушення і з боку власне виробників тютюнової продукції. Тож для повноти картини варто зазначити про антиконкурентні узгоджені дії між тютюновиробниками (групи компаній "Філіп Морріс Україна", "JTI Україна", "Імперіал Тобакко Юкрейн" та "ВАТ Україна".) та дистриб'ютором ТОВ «ТЕДІС Україна», що тривало щонайменше з 2011 по 2016 роки. Як відомо, саме така форма монополістичної угоди, при якій учасники господарських відносин зберігають свою фінансову і виробничу самостійність, але домовляються діяти на ринку узгоджено називається картельна змова.

Тож досліджуючи обставини цієї картельної змови, у жовтні 2019 р. АМКУ встановив [6], що групи компаній "Філіп Морріс Україна", "JTI Україна", "Імперіал Тобакко Юкрейн" та "ВАТ Україна", а також ТОВ «ТЕДІС Україна» своїми діями, які полягали у погодженій поведінці (діях, бездіяльності), а саме, у підтриманні виробниками договірних відносин із поставки (дистрибуції) сигарет

лише з ТОВ «ТЕДІС Україна», як єдиним (спільним) для всіх виробників дистриб'ютором на ринку первинного продажу виробниками сигарет, та створенні й підтриманні штучних бар'єрів вступу на ринок первинного продажу виробниками сигарет для інших суб'єктів господарювання шляхом формулювання завищених умов для укладення договорів із потенційними дистриб'юторами, яким не відповідає і ТОВ «ТЕДІС Україна», обмежили доступ на загальнодержавний ринок первинного продажу виробниками сигарет іншим суб'єктам господарювання. Такі дії було визнано антиконкурентними узгодженими діями, які стосуються обмеження доступу на загальнодержавний ринок первинного продажу виробниками сигарет інших суб'єктів господарювання (покупців).

У зв'язку з цим щодо кожного з них були застосовані фінансові санкції, а саме штраф на загальну суму понад 6,5 млрд грн.

На думку АМКУ, метою таких дій виробників могло бути намагання підтримати та посилити ринкову владу ТОВ «Тедіс Україна» шляхом перерозподілу каналів збуту товару на його користь, що, у свою чергу, могло бути джерелом конкурентного тиску та оцінюватися як надання переваг окремим суб'єктам господарювання.

Антимонопольний комітет зазначив, що штучне регулювання кількості або кола учасників ринку знижує інтенсивну конкуренцію між учасниками ринку і, як наслідок, негативно впливає на конкурентне ціноутворення. Так, перерозподіл каналів збуту виробниками призведе до необхідності дистриб'юторам (оптовим покупцям) придбавати сигарети за оптово-відпускну ціною виробника, збільшеною на валовий прибуток ТОВ «Тедіс Україна»,

який наразі є їхнім конкурентом. При цьому АМКУ вказав на відсутність розуміння, яким чином виробники відбирають дистриб'юторів (оптових покупців), які критерії (вимоги) до них висуваються, на яких умовах укладаються з ними прямі договори (контракти) та що є підставою для відмови в їх укладенні, адже відсутність прозорих та зрозумілих, реальних (виконуваних) критеріїв (вимог) до потенційних дистриб'юторів (оптових покупців) продовжує створювати бар'єри для виходу нових суб'єктів господарювання на ринок первинного продажу виробниками сигарет та підтримувати штучну монополізацію ринку.

Виходячи з того, що в даному випадку антиконкурентні узгоджені дії відбулися саме між суб'єктами різних етапів вертикалі товароруку (виробники і дистриб'ютор), для того щоб дати коректний аналіз порушення антимонопольного законодавства слід розглянути ситуацію саме крізь призму теорії вертикальної конкуренції.

Згідно з методикою для аналізу галузей і вироблення стратегії бізнесу, розробленою Майклом Портером [1], що вперше ввів у економічну науку поняття вертикальної конкуренції, існує 5 сил, що впливають на розвиток бізнесу:

- загроза появи продуктів-замінників;
- загроза появи нових гравців;
- рівень конкурентної боротьби.
- ринкова влади постачальників;
- ринкова влади споживачів;

Перші три сили діють у полі так званої горизонтальної конкуренції, що виникає в межах одного ринку виробничої вертикалі і являє собою змагання за контроль над споживчим попитом між

компаніями, що пропонують на ринку взаємозамінні товари. Однак, для дослідження нашого питання ми розглянемо саме співвідношення ринкової влади постачальників та споживачів (дистриб'юторів), що є ключовими силами саме вертикальної конкуренції.

Для кращого розуміння відповідних взаємовідносин, та пояснення причин, що дозволили монополісту «Тедіс Україна» (на той момент «Мегаполіс») буквально «захопити» ринок дистрибуції тютюну і використати своє становище для здійснення антиконкурентної політики, з метою отримання надприбутків, доречно підійти до вирішення цього питання з боку дослідження передумов формування відповідної переговорної сили [2]. Саме переговорна сила проявляється у відносинах вертикальної конкуренції через здатність однієї сторони перемовин впливати на іншу шляхом тиску, змушуючи її погодитися на вигідні для першої сторони умови ринкової угоди, адже переговорна сила також є функцією такого об'єктивного ринкового показника, як частка компанії у ринкових продажах. Для визначення співвідношення ринкової влади постачальників та споживачів слід звернутися до такого індикатора вертикальної конкуренції як індекс купівельної потужності (K_{bp}), який визначається за співвідношенням ступеня концентрації відповідно релевантного (HHI_d) та верхньосуміжного (HHI_u) ринків, розраховані за допомогою індексу Херфіндаля-Хіршмана (1.1):

$$K_{bp} = HHId / HHU$$

Суміжний ринок – це ринок, який у структурі виробничого ланцюга або вертикального товароруху межує з досліджуваним (релевантним). [15]

Якщо $k_{bp} < 1$ – структурні передумови вертикальної конкуренції

свідчать про переважання переговорної сили продавця над переговорною силою покупця, висока ймовірність встановлення ціни вище конкурентного рівня; у випадку, коли $k_{br} = 1$ – структурні передумови вертикальної конкуренції свідчать про рівність переговорної сили продавця та покупця, висока ймовірність встановлення ціни на конкурентному рівні; якщо ж $k_{br} > 1$ – структурні передумови вертикальної конкуренції свідчать про переважання переговорної сили покупця над переговорною силою продавця, висока ймовірність встановлення ціни нижче конкурентного рівня.

Для кращого розуміння впливу переговорної сили на ринкові взаємовідносини релевантного та верхньосуміжного ринку, розрахуємо зміну коефіцієнта купівельної потужності (Рис. 1.1) у ретроспективі за даними 2012 [11],[16], 2016 [11],[17], та 2018 [18],[19], років (Рис. 1.2). (Вихідні дані і таблиця з розрахованими коефіцієнтами подані у додатку Б).

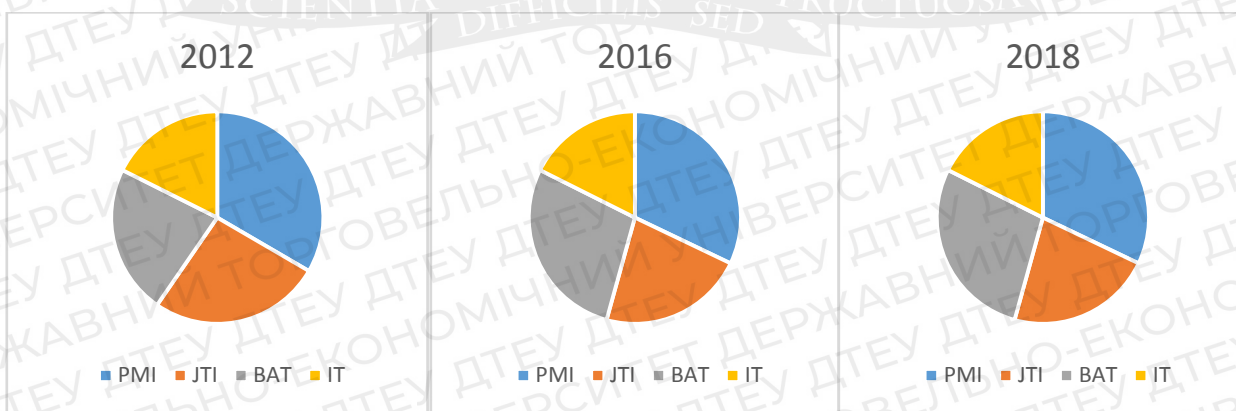


Рис. 1.1 Частки ринку, що займали провідні тютюнові виробники протягом 2012 – 2018 років (розрахунок без урахування частки дрібних учасників ринку) (Складено автором на основі джерел [16], [17], [19])

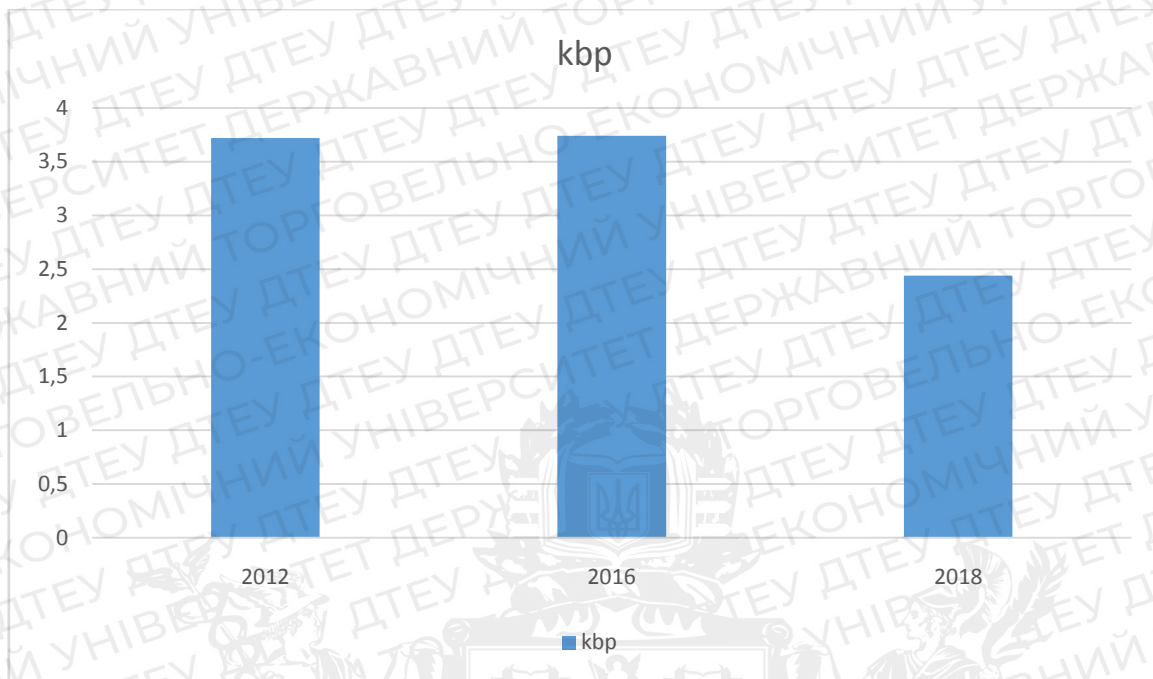


Рис. 1.2 Індекс купівельної потужності (kbp) ТОВ «Тедіс-Україна» протягом 2010 - 2018 років (Складено автором на основі даних у додатку Б)

Головний дистриб'ютор тютюнової продукції ТОВ «Тедіс-Україна» тривалий час був абсолютним монополістом з часткою понад 99% і, як ми бачимо з наших розрахунків, протягом минулого десятиріччя, саме значна частка компанії у ринкових продажах створювала структурні передумови вертикальної конкуренції за яких саме покупець, тобто «Тедіс», отримав значну перевагу переговорної сили, так як індекс купівельної потужності протягом усього часу був суттєво більшим за одиницю. І незважаючи на те, що дані стосовно часток ринку, що займали виробники за 2010 рік відсутні, динаміка змін цих часток протягом останнього десятиріччя несуттєва, а частка «Мегаполісу», що тільки увійшов на ринок уже тоді становила близько 50%, тож можемо припустити, що компанія вже на самому початку мала досить високе значення ринкової влади, а відповідно і переговорної сили. Саме тому, дистриб'ютору «Тедіс» і вдалося

об'єднати навколо себе чотирьох найбільших виробників сигарет в Україні.

Однак той факт, що і власне чотири провідні тютюновиробники охоче вступили в змову із ТОВ «Тедіс-Україна» і почали співпрацювати з єдиним дистриб'ютором свідчить про те, що окрім впливу переговорної сили важливу роль зіграли вигоди, які внаслідок цієї змови із єдиним оптовиком отримали передові українські постачальники сигарет.

До цих вигод можна віднести зокрема те, що дистриб'юторська компанія-посередник бере на себе вирішення низки важливих пост-виробничих питань, таких як:

- складнощі в сфері логістики;
- формування замовлень, доставка товару на торгівельні точки;
- обслуговування ліцензійних торгових точок, формування необхідних запасів;
- фінансові звітності, дебіторські заборгованості, повернення коштів;
- відповідальність за фінансові ризики.

Окрім того, варто зазначити, що за даними моніторингової компанії «Kantar Україна» протягом періоду монопольного домінування ТОВ «Тедіс-Україна» та його співпраці з виробниками сигарет, відсоткова частка на тютюновому ринку контрабандної та контрафактної продукції суттєво зменшилася завдяки прозорості моделі дистрибуції. В той час як після обмеження влади «Тедіса» у 2016 доля тіньового ринку знову почала значно зростати [20]. Тож зниження долі нелегальної продукції на ринку також можна вважати одним з позитивних наслідків такої співпраці.

РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВЕРТИКАЛЬНОЮ КОНКУРЕНЦІЄЮ У ГАЛУЗІ ТЮТЮНОВОГО ВИРОБНИЦТВА

2.1. Міжнародний досвід регулювання галузі виробництва тютюнової продукції

З одного боку, зловживання монополістичним становищем, здійснення антиконкурентних узгоджених дій, встановлення необґрунтованих цін - усе це процеси, що тягнуть за собою низку негативних наслідків як для галузі так і для економіки в цілому. Однак зовсім не все так однозначно, як здається на перший погляд.

Як вже було зазначено вище, функціонування на ринку дистрибуції єдиного для всіх оператора набагато спрощує процес реалізації товарів для виробників та позбавляє їх від необхідності вирішувати низку питань логістичного та організаційного характеру, а також зазнавати додаткового фінансового навантаження, пов'язаного саме з дистрибуцією товарів.

А найголовніше те, що така модель дистрибуції має позитивне відображення на низхідній динаміці частки тіньового ринку тютюнової продукції. Відповідно, зменшення відсотку нелегальних сигарет не лише вигідне для тютюновиробників, а і сприяє суттєвому збільшенню надходжень до державного бюджету за рахунок сплати акцизного податку. А як відомо, саме компанії, що виробляють сигарети є одними з найбільших платників податків [5], тож навіть незначне зростання відсоткової частки нелегального сегменту призводить до втрат досить значних бюджетних надходжень.

Ще одним підтвердженням цього є те, що не тільки в Україні застосовується практика функціонування практично єдиного для

більшості виробників оператора тютюнових виробів. Саме така модель дистрибуції присутня у багатьох країнах Європи та світу.

Хорошим прикладом є компанія Logista що являється монополістом і займає переважну (понад 90%) частку ринку у країнах Південної Європи (Франція, Італія, Іспанія).

І хоча у цих країнах ЄС практично немає ніяких перешкод для входу на ринок інших компаній дистрибуції сигарет, виробники тютюнової продукції надають перевагу співпраці з єдиним контрагентом, що і стало передумовою виникнення монополії, яку очолив монодистриб'ютор Logista.

Вищезазначена компанія працює з понад 300 тисячами торгових точок в країнах Південної Європи. Через прозорість операційної діяльності, якісний сервіс, ефективність логістичних та організаційних послуг, що надає монодистриб'ютор, компанія має високий рейтинг серед тютюновиробників та роздрібних торговців.

У Франції офіційна влада фактично посприяла монополізації ринку дистрибуції тютюну єдиним оператором, внаслідок чого процедура державного контролю та регулювання галузі стала простішою і прозорішою. Крім того, у Франції та Італії компанія також передає акцизний податок від торгових точок до Міністерства фінансів. В той час як в Україні акцизний збір сплачується виробниками ще до випуску товару.

Тож така модель монодистрибуції не лише не створює жодних проблем, а і є цілком вигідною для усіх учасників вертикалі товароруху, включаючи виробників та ріелторів, а також сприяє державному регулюванню сфери дистрибуції сигарет.

За схожим принципом у Швеції та Норвегії функціонує дистриб'юторська компанія SMD, що також контролює понад 90% ринку і співпрацює із понад 10 тис. торговими точками.

Інший варіант дистриб'юторської моделі, такий як державна монополія, коли оператор є компанією, що належить державі існує в таких країнах як Угорщина, Китай, Японія, Туреччина та Бразилія.

У КНР компанія-дистриб'ютор China National Tobacco Corporation, повністю підпорядковується державі і контролює ринок тютюнової продукції, співпрацюючи з понад 100 місцевими виробниками сигарет.

В Японії для регулювання галузі тютюнової дистрибуції існує спеціальна Тютюнова рада. Це державний орган, що встановлює і контролює ціни та повністю регулює організацію реалізації та імпорту сигаретної продукції, видає ліцензію на вирощування тютюну.

Практика державної монополії в тютюновій галузі успішно застосовується і у Туреччині, де реалізацію сигаретної продукції контролює компанія Tekel. Така сама модель дистрибуції тютюну застосовується в Угорщині та Бразилії.

Підводячи підсумки, можна побачити, що успішне функціонування у багатьох країнах Європи та світу таких моделей організації збуту товарів як монодистрибуція, або ж наявність державної компанії, що виконує функцію єдиного національного оператора, за належного контролю з боку держави та відповідних органів здатне забезпечити низку переваг не тільки для усіх суб'єктів господарювання, а і для галузі та економіки держави в цілому. До таких переваг можна віднести:

- якість організації дистрибуторських послуг, що обумовлена масштабами компаній, значними капіталовкладеннями та контролем з боку держави;
- прозорість та чесність операційної діяльності, в незалежності від того з яким суб'єктом господарювання співпрацює компанія;
- виконання фіскальної функції, забезпечення збору акцизних податків;
- протидія нелегальній продукції, що допомагає зменшити відсоткову частку контрабандної та контрафактної продукції і відповідно збільшити надходження до державного бюджету.

Проводячи паралель із українським ринком дистрибуції тютюнових виробів можна відмітити, що у нас така модель також цілком може функціонувати, адже хоча поруч із ТОВ «Тедіс Україна» паралельно існують 112 оптовиків, однак їм досить складно протистояти такому серйозному гравцеві, адже для відповідності вимогам виробників та забезпечення сервісу на необхідному рівні, потребується значних інвестицій та капіталовкладень, що покривають витрати на налагоджування роботи логістики, утримання приміщень та транспорту, організації нормального функціонування усіх ключових процесів.

Тож можна зробити припущення, що найближчим часом існуюча модель дистрибуції тютюнових виробів в Україні малоімовірно набуде якихось суттєвих змін.

2.2. Пропозиції щодо розвитку конкуренції у галузі тютюнового виробництва в Україні

Резюмуючи проведені дослідження, досить важко прийти до однозначного рішення стосовно причин виникнення антиконкурентних порушень, надання об'єктивної оцінки стосовно дій суб'єктів господарських відносин виробничої вертикалі та прийти до раціонального та неупередженого висновку стосовно конкретних пропозицій та рішень, які б могли поставити крапку у протистоянні між АМКУ та компаніями що працюють у відповідній сфері, а також суттєво покращити ефективність функціонування галузі дистрибуції тютюнових виробів, що відповідає інтересам як відповідних суб'єктів господарювання так і інтересам держави.

Складність дослідження обумовлена суперечливістю інформації стосовно справи «Тедісу» з різних джерел, що є наслідком тривалого судового протистояння, протягом якого відповідні державні органи та суб'єкти справи фактично прагнуть перекласти відповідальність один на одного.

Безперечно, ТОВ «Тедіс Україна» протягом тривалого часу був монополістом, контролюючи практично увесь ринок дистрибуції, що і дало компанії практично необмежену владу, в тому числі і можливість використання певних антиконкурентних маніпуляцій, що стосувалися ціноутворення а також залучення до картельної змови виробників для посилення своєї ринкової влади, але представники компанії вказують на те, що саме Антимонопольним комітетом було надано відповідні дозволи на концентрацію, окрім того, офіційні представники фірм-виробників та «Тедісу» взагалі заперечують факт змови, обумовлюючи співпрацю з єдиним оператором виключно міркуваннями вигоди та зручності [20].

Якщо максимально неупереджено оцінювати дії як усіх суб'єктів що напряду чи опосередковано стали винуватцями антиконкурентних порушень, так і відповідних державних органів антимонопольного регулювання, стає очевидним, що в даній ситуації кожен із учасників так чи інакше посприяв створенню антиконкурентного середовища у відповідній галузі.

Найкраще обґрунтування передумов таких дій, що дають змогу краще зрозуміти проблематику нашого аналізу, відображено у дослідженні проекту «Економічна правда» від 2012 року [9], що змістовно дають змогу зрозуміти причини, що посприяли цілковитій монополізації ринку та здійсненню відповідних зловживань.

Враховуючи тогочасний політичний клімат та впливовість головного стейкхолдера «Мегаполісу» російського олігарха Ігоря Кесаєва, неважко зрозуміти істинні причини, що дозволили дати оптовику можливість взяти під контроль український ринок. До них можна віднести безумовний політичний тиск, в тому числі і по відношенню до українських органів, що здійснюють антимонопольний контроль, а також високе значення дослідженої у роботі переговорної сили.

Тож якщо розглядати справу, припускаючи таке положення речей, не дивно, що згодом Верховний Суд все ж таки задовольнив касаційну скаргу компанії "Тедіс Україна" і визнав недійсним рішення АМКУ по відношенню до компанії (штраф у розмірі 3,4 млрд грн) [22], за браком доказів з боку Комітету стосовно виявлених порушень, вчинених дистриб'ютором та виробниками тютюнової продукції.

На сьогоднішній день, після усіх антимонопольних протистоянь, частка на вітчизняному ринку дистрибуції ТОВ «Тедіс

Україна» за різними оцінками знизилася до 60-70% [23], однак в той же час зросла частка тіньової продукції приблизно до 8,5%, на противагу 1% станом на 2016 рік [20].

Тож постає цілком логічне питання: як слід державі врегулювати відносини на тютюновому ринку, при цьому не допустивши появи антиконкурентних зловживань і водночас створити сприятливі умови для всіх суб'єктів виробничої вертикалі і запобігти збільшенню частки нелегальної продукції?

Керуючись міжнародним досвідом, можна припустити, що організація ефективного і раціонального функціонування галузі тютюнової дистрибуції в Україні може бути реалізована саме шляхом запровадження державної монополії на відповідному ринку.

Саме такий пілотний проект у 2020 році було розроблено Міністерством економіки України та підтримано Кабінетом міністрів України [24]. Як повідомляє прес-центр Мінекономіки: «9 вересня на засіданні Уряду підтримано проект розпорядження КМУ про реалізацію пілотного проекту «Національний оператор на ринку тютюнових виробів», який буде надавати логістично-інформаційні послуги для ринку і держави...

...На узгоджувальних нарадах в Службі безпеці України за участю Мінфіну, МВС, АМКУ обговорювалось питання недоотримання надходжень до бюджету. Національний оператор дозволить державі підсилити контроль над ринком, підвищить прозорість і прогнозованість податкових надходжень, а також виконати міжнародні зобов'язання України.

Крім цього, прийняття розпорядження КМУ дозволить закласти фундамент для реалізації проекту державно-приватного партнерства з метою залучення інвестиції, а також впровадження системи

відстеження за рухом тютюнової продукції від виробника до роздрібного торговця (Track & trace).» [25]

На перший погляд, подібна ініціатива, що передбачає створення дистрибуційної моделі за зразком багатьох країн з національним оператором тютюну могла б вирішити низку проблем, пов'язаних із організацією роботи відповідної сфери, однак Народні депутати України почали оскаржувати у Конституційному суді рішення Кабміну щодо створення «Національного тютюнового оператора», мотивуючи це невідповідністю нового проекту Конституції України [26].

В той же час Національне агентство з питань запобігання корупції виявило корупціогенні фактори у постанові Кабінету міністрів про створення Національного оператора на ринку тютюнових виробів, про що повідомило НАЗК у відповідь на звернення «Ліги антитрасту» щодо проведення антикорупційної експертизи проекту розпорядження Кабінету Міністрів «Про реалізацію пілотного проекту «Національний оператор на ринку тютюнових виробів» [27]. Крім того, згідно з повідомленням «Ліги антитрасту»: «Проектом передбачено закріплення на п'ять років монополії компанії «Тедіс Україна» у ролі оператора гуртових продажів сигарет. Назва компанії прямо не написана в урядовому проекті, але фактично лише вона відповідає визначеним урядовцями критеріям.» [28]

Також існує безліч інших незалежних досліджень, що визнають неприпустимість ухвалення такого рішення. Зокрема, одним із таких факторів є те, що національним оператором на ринку тютюнових виробів може стати компанія з російським корінням [29], що є

неприйнятним особливо зараз, в умовах повномасштабної війни з РФ.

Саме тому, при огляді найбільш повної картини усіх подій, що розгорталися на вітчизняному ринку сигарет, враховуючи політичний клімат та рівень корупції у органах державної влади, єдиним шляхом прийняття найбільш раціонального та вірного рішення стосовно подальшої долі ринку можуть стати такі кроки:

- забезпечення безумовної чесності та компетентності співробітників органів антимонопольного регулювання, представників судової влади та законодавчої влади, що уповноваженні приймати відповідні рішення. Адже лише об'єктивні та неупереджені дослідження здатні забезпечити чіткі та раціональні рішення стосовно галузі вітчизняної тютюнової дистрибуції, що будуть прийняті не лише в інтересах всіх учасників товаровідносин, а і в інтересах держави;
- здійснення превентивних заходів з метою упередження антиконкурентних дій, що полягали б у контролюванні процесу ціноутворення, перевірки раціональності вимог що встановлюють виробники тютюнової продукції для оптовиків, з метою запобігання створення бар'єрів входження на ринок і перешкоджанню розвитку вертикальної конкуренції;
- у разі створення державної монополії з єдиним національним тютюновим оператором за зразком дистрибуційної моделі країн Південної Європи, встановлення вимог до такого контрагента мають бути об'єктивними і не відповідати критеріям лише одного конкретного суб'єкта господарювання, а відбір на роль такого оператора має здійснюватися чесним і неупередженим

шляхом, з урахуванням рівня організації відповідної компанії, репутаційної складової, а також специфіки інтересів усіх суб'єктів суміжних ринків виробничої вертикалі.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У кваліфікаційній роботі було проведено дослідження стану вітчизняного ринку тютюнової продукції, визначення його основних конкурентних засад, перспектив розвитку.

Також було проаналізовано монопольні зловживання на ринку, що спричинили обмеження розвитку вертикальної конкуренції, визначено передумови та наслідки монополізації ринку дистрибуції сигарет, що призвели до відповідних антиконкурентних порушень. Зокрема за допомогою розрахунку коефіцієнта купівельної потужності релевантного ринку було визначено ймовірність впливу на монополізацію ринку компанією «Тедіс» такого фактору як переговорна сила, що є одним із ключових індикаторів вертикальної конкуренції.

В роботі було досліджено світовий досвід регулювання вертикальної конкуренції на тютюновому ринку, визначено основні дистрибуційні моделі, специфіку їх функціонування, переваги та недоліки.

Проаналізувавши усі ключові пункти, було досягнуто мети кваліфікаційної роботи, створено ряд пропозицій та рекомендацій, що ґрунтуючись на міжнародному досвіді, враховуючи інтереси держави та усіх суб'єктів господарювання відповідної галузі, можуть сприяти покращенню динаміки розвитку вертикальної конкуренції. Основними тезами серед сформованих пропозицій є:

- забезпечення безумовної чесності та компетентності співробітників органів антимонопольного регулювання, представників судової влади та законодавчої влади;

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Porter M. The Five Competitive Forces that Shape Strategy Harvard Business Review. 2008 January. — Vol. 86. — № 1. — P. 78–93.
2. Герасименко А. Г. Вертикальна конкуренція у вітчизняній торгівлі. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. - 2016. - № 4 (108)
3. Нікішина О. Теоретичні засади розвитку систем вертикально суміжних ринків зерна та продуктів його переробки (Інтеграційний підхід). Food Industry Economics, 8(1). 2016
4. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального: Закон України № 482/95-ВР від 19.12.95, стаття 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80#Text> (Дата звернення 19.04.2022)
5. Укрінформ, 2021 URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3356658-v-ukraini-na-187-zrosli-nahodzenna-akciznogo-podatku-z-tutunovih-virobiv-ekspert.html>
6. Звіт Антимонопольного комітету України за 2019 рік URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/riczni-zviti/zvit-2019>
7. Звіт Антимонопольного комітету України за 2020 рік URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/riczni-zviti/zvit-2020>
8. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (Дата звернення 01.05.2022)

9. Щербина С., Лямець С. Російська тютюнова монополія в Україні. Економічна правда. – жовтень, 2012 URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2012/10/17/339969/>
10. Зарубицька В. Жорстокі ігри на тютюновому ринку. Юридична газета №2 (732). – січень 2021 URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/zhorstoki-igri-na-tyutyunovomu-rinku.html>
11. Звіт Антимонопольного комітету України за 2016 рік URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/riczni-zviti/zvit-2016>
12. Борис О. Ринок тютюнових виробів – чи є шанс на конкуренцію? Центр громадянського представництва «Життя». – червень 2020 URL: <https://center-life.org/novyny/rynok-tiutiunovykh-vyrobiv-chy-ie-shans-na-konkurentsiiu/>
13. Податковий кодекс України, підпункт 14.1.106 статті 14
14. bihus.info, 2016 URL: <https://bihus.info/akmu-naklav-straf-431-mln-grn-na-tutunovogo-monopolista-z-rozsliduvannanasih-grosei/>
15. Лагутін В. Д. Конкуренція і конкурента політика: категорії та поняття / В. Д. Лагутін, О. О. Бакалінська, О. І. Міняйло та ін. За заг. ред. В. Д. Лагутіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 232 с.
16. Контроль над тютюном в Україні. Другий Національний звіт. – К.: МОЗ України, ДУ «Український інститут стратегічних досліджень МОЗ України», 2014. – 128 с. URL: <http://tobaccocontrol.org.ua/uploads/resource/file/56/58ea61af37b4d.pdf>

17. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/1523651>
18. Звіт Антимонопольного комітету України за 2018 рік URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/riczni-zviti/zvit-2018>
19. Рахман М. С., Руденко А. М., «Парадигми виробників тютюнового ринку та місце Philip Morris International в Україні» Бізнес Інформ. 2019. №11. С. 170
20. Моніторинг нелегальної торгівлі тютюновими виробами в Україні Kantar Україна; 2021 URL: <https://tns-ua.com/news/monitoring-nelegalnoyi-torgivli-tyutyunovimi-virobami-v-ukrayini-2-hvilya-2021>
21. Главное о доставке. Кто и как продает сигареты в Украине ООО «Издательский дом «Медиа-ДК» 2021 URL: https://biz.nv.ua/golovne-pro-rynok-tytynu/glavnoe-o-dostavke-ko-i-kak-prodaet-sigarety-v-ukraine-50050319.html?__cf_chl_tk=i87uGop.qSH3FcmsubBvlQq1SeIRG1HyWfZTPPFXMzo-1646936205-0-gaNycGzNDKU
22. TEDIS Медіа центр, 2021 URL: <https://tedis.ua/ua/ua-tedis-ukra%dl%97na-vigrala-sud-u-amku-rishennya-verhovnogo-sudu/>
23. Forbes.ua 2021 URL: <https://forbes.ua/ru/profile/tedis-ukraina-225>
24. Прес-служба Мініекономіки 09.09.2020 URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=8fad9b61-129b-4ca8-afdb-4956558b4e0f&title=UriadPidtrimavStvorenniaNatsionalnogooperatOranarinkutiutiunovikhvirobiv>

25. Про реалізацію експериментального проекту «Національний оператор на ринку тютюнових виробів»: Постанова Кабінету Міністрів України № 840 від 9 вересня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/840-2020-%D0%BF#Text> (Дата звернення 01.05.2022)
26. Конституційне подання щодо відповідності Конституції України (конституційності) Постанови Кабінету Міністрів України «Про реалізацію експериментального проекту «Національний оператор на ринку тютюнових виробів» від 9 вересня 2020 р. № 840 URL: https://ccu.gov.ua/sites/default/files/499-2020_k.p.15.10.20_red.pdf
27. Ліга Антитрасту URL: <https://www.facebook.com/league.antitrust/posts/201196484698641>
28. Ліга Антитрасту URL: https://m.facebook.com/league.antitrust/posts/189983099153313?__tn__=K-R
29. Сергій Шуліка Гра в монополію: що не так з проектом «національний тютюновий оператор». LB.ua 2020 URL: https://rus.lb.ua/economics/2020/09/12/465772_gra_monopoliyu_shcho_z_proektom.html

ДОДАТКИ



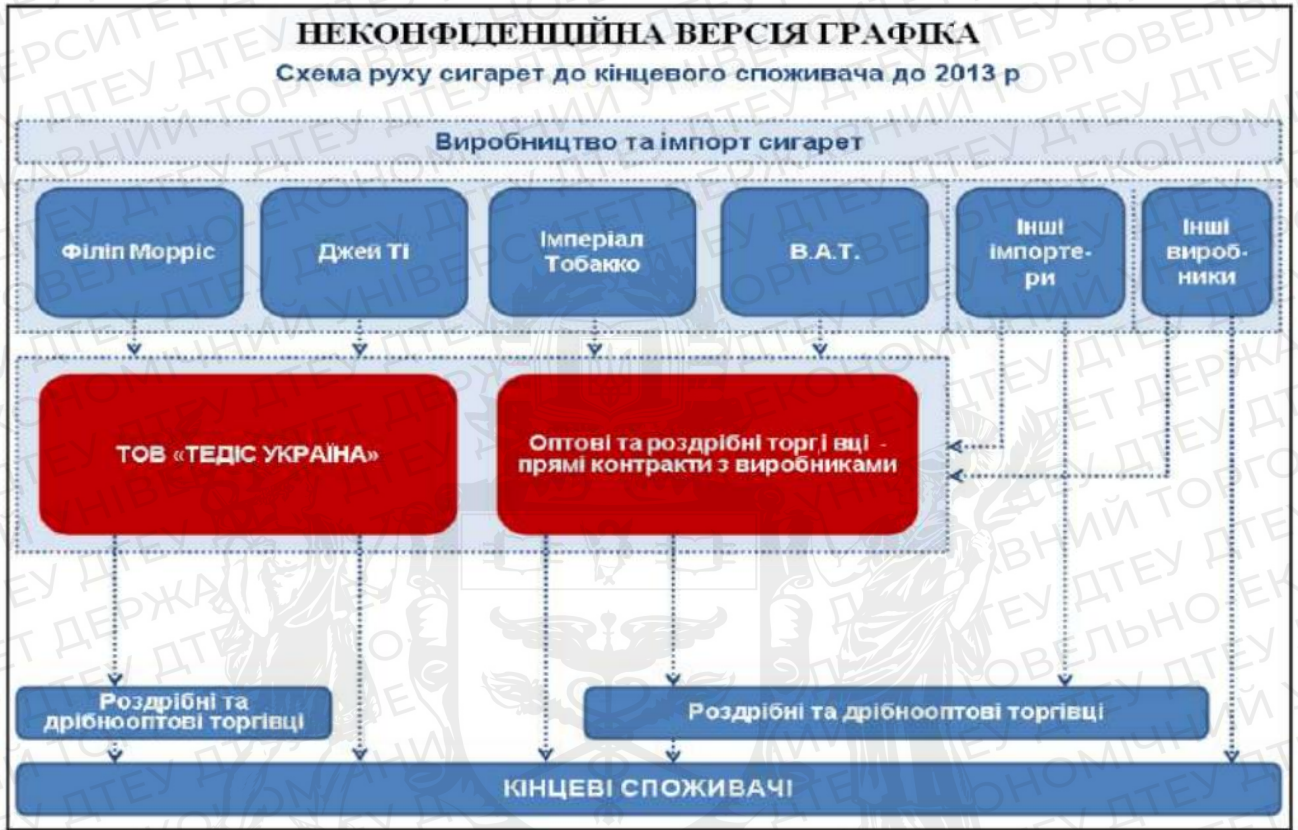


Рис.1 Схема руху сигарет до 2013 року [11]



Рис. 2 Схема руху сигарет до кінцевого споживача, 2013 рік – вересень 2015 [11]

Динаміка співвідношення часток валового прибутку від продаж ТОВ «Тедіс Україна» та оптових і роздрібних торгівців у максимально можливому валовому прибутку від продажу сигарет 2012-2014 рр.



Рис. 3 Динаміка співвідношення часток валового прибутку від продаж ТОВ «Тедіс Україна» та оптових і роздрібних торгівців у максимально можливому валовому прибутку від продажу сигарет 2012 - 2014 рр. [11]

Додаток Б.

Таблиця 1.

Частки ринку, що займали провідні тютюнові виробники протягом 2012 – 2018 років (розрахунок без урахування частки дрібних учасників ринку) (Складено автором на основі джерел [16], [17], [19])

Виробник	2012	2016	2018
Philip Morris International	33,4%	32,1%	32,1%
Japan Tobacco International	26,2%	22,2%	22,2%
British American Tobacco	22,8%	28,1%	28,1%
Imperial Tobacco	17,6%	17,6%	17,6%

Таблиця 2.

Частка ринку ТОВ «Тедіс-Україна» протягом 2010 - 2018 років (Складено автором на основі джерел [11], [19])

Дистриб'ютор	2010	2012	2016	2018
«Тедіс-Україна» (до 2016 р. «Мегаполіс-Україна»)	≈50%	≈99%	≈99%	≈80%

Таблиця 3.

Індекс купівельної потужності (к_{вп}) ТОВ «Тедіс-Україна» протягом 2010 - 2018 років (Складено автором на основі таблиць 1 та 2)

	2012	2016	2018
Індекс купівельної потужності (к _{вп})	3,72	3,74	2,44

