

А.М. Ткаченко

*д-р. екон. наук,
м. Запоріжжя*

КОНКУРЕНЦІЯ ТА КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ ПІД ВПЛИВОМ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ

Постановка проблеми: Розвинуті країни з ринковою економікою, які досягли відчутних успіхів у соціально-економічному розвитку, приділяють першочергову увагу питанням захисту конкуренції. Порівняно з ними конкурентна політика держави в Україні має відносно не великий досвід.

Поняття конкуренції часто зустрічається в літературних джерелах. Але в умовах понятійної невизначеності на неоднозначності терміна «конкуренція» актуальними є чітке формулювання його поняття.

Термін «конкуренція» походить від пізньолатинського *concurrentia* — «збігаючий», «стикаюся», і позначає суперництво між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі і продажу товарів [12, с.13].

Конкуренція — економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залученням більшої кількості покупців та одержування максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Основа конкурентних відносин — свобода вибору — реалізується у формі прагнення кожного одержувати для себе особисто грошовий дохід. Конкуренція означає наявність на ринку великої кількості незалежно діючих продавців і покупців.

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі — максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів — максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак способи й шляхи досягнення цієї загальної мети

різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домігся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг — це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції [7, с.12].

Теорія конкуренції була узагальнена Адамом Смітом у праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» (1776 р.).

Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягає в тому, що він уперше:

1) сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) і знижує ціни (при надлишку пропозиції);

2) сформулював головний принцип конкуренції — принцип «невидимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток — підприємців, «рука» змушує їх діяти відповідно до якого-небудь «ідеального» плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції;

3) відпрацював теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конкуренції, що об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, приводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями. Тонкість механізму конкуренції полягає в тому, що при скороченні попиту на товар найбільшій труднощі випробовують фірми, що випускають неякісну або занадто дорогую продукцію. Гнучкість механізму конкуренції проявляється в його миттєвій реакції на будь-які зміни обстановки в зовнішньому середовищі. Швидко адаптуються до середовища мобільні фірми;

4) визначив основні умови ефективної конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців і покупців, що вичерпує інформацію, мобільність використовуваних ресурсів, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару (при збереженні його якості або якості сервісу);

5) розробив модель посилення й розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливо максимальне незадоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому [11, с.13–14].

Аналіз публікацій: Певний внесок у розвиток теорії конкуренції Адама Сміта зробили Д. Рікардо, Д. С. Міль, Дж. Робінсон, Дж. Кейнс, Й. Шумпетер, П. Хейне, Ф. А. Хайек, Ф. Найт, К. Р. Макконелл, С. Л. Брю, М. Портер, Г. Л. Азоев, Р. А. Фатхутдінов, Л. С. Шевченко, С. К. Ревчук, І.З. Должанський, Т. О. Загорна, Д. Ю. Юданов та інші вчені.

Щоб глибше зрозуміти сутність конкуренції, проаналізуємо її визначення, сформульовані деякими авторами.

«Конкуренція є прагнення якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідких благ», — вважає сучасний американський економіст П. Хайне.

Ф. Найт визначає конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато й вони незалежні.

К. Р. Макконелл і С. Л. Брю вважають, що конкуренція — це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його.

Й. Шумпетер визначає конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями.

Нобелівський лауреат з економіки 1974 р., австрійський учений Фрідріх А. фон Хайек відзначає, що

конкуренція — процес, за допомогою якого люди одержують і передають знання. На його думку, на ринку тільки завдяки конкуренції приховане стає явним.

Конкуренція веде до кращого використання здатностей і знань. Більша частина досягнутих людських благ отримана саме шляхом змагання, конкуренції.

Прихильники традицій не повинні нав'язувати іншим свою ворожість до нововведень. Збиток терплять консерватори, що роблять опір новому [7, с.14–15].

М. Портер у книзі «Міжнародна конкуренція» відзначає, що конкуренція — динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [8].

Г. Л. Азоев під конкуренцією розуміє суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети [6].

В «Сучасному економічному словнику» конкуренція визначається як змагання між виробником (продавцем) товарів, а в загальному випадку — між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою отримання більш високий доходів, прибутків, інших вигід [9, с. 156].

А. Ю. Юданов стверджує, що ринкова конкуренція — боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на недоступних сегментах ринку.

Разом з тим, А. Ю. Юданов вважає, що дотепер у світі відсутнє єдине поняття «конкуренція». Учені дотримуються однієї із трьох трактувань конкуренції: поведінкової (боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб), структурної (аналіз структури ринку для визначення міри свободи продавця й покупця на ринку і способу виходу з нього), функціональної (суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним) [4, с.16].

Метою статті є вирішення проблеми неоднозначності тлумачення поняття конкуренції, аналіз конкурентного законодавства України, його сильних та слабких сторін.

Завдання статті: розглянути проблемні аспекти застосування терміну «конкуренція» в наукових джерелах; сформулювати чітке визначення поняття «конкуренція»; розглянути конкурентне законодавство України; проаналізувати дію конкурентного законодавства на практиці.

Основні результати дослідження: Проаналізувавши різні трактування конкуренції можна прийти до висновку, що поняття «конкуренції» у більшості авторів характеризується тільки одним з безлічі аспектів конкуренції, установлених самими авторами, кожний у своїй галузі дослідження. Тому вони не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності.

У кожного автора свій підхід до формулювання поняття: один під конкуренцією розуміє суперництво фірм, тобто юридичних осіб, інші — суперництво фізичних осіб, треті — як наявність на ринку достатньої кількості продавців і покупців, четверті — ситуацію, п'яті — прагнення, шості — процес і т. п.

Наведені поняття не охоплюють конкуренцію серед будь-яких соціальних, виробничих і біологічних систем.

Поняття не відображають конкуренцію як єдність статичної й динамічної суперництва, виживання систем у заздалегідь заданих або невизначених умовах.

Та ці поняття не пов'язані з законодавством, яке регулює конкурентні стосунки на території кожної окремої держави.

Проаналізувавши та згрупувавши наведені вище поняття пропоную своє визначення: конкуренція — це процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних та суб'єктивних потреб, для досягнення більших вигід, усіма можливими методами, у рамках діючого законодавства.

У промислово розвинутих країнах ефективність механізму конкуренції визначається дією «невидимої руки» А. Сміта. Україна в силу об'єктивних причин у цьому плані залишається некерованою.

Державна політика у сфері конкуренції, має свою специфіку, зумовлену історичним розвитком конкурентних відносин в Україні. З початком ринкових реформ у незалежній Україні сформувались основи здійснення антимонопольної політики.

Правовою основою для реалізації конкурентної політики в Україні є законодавство про захист економічної конкуренції, яке ґрунтується на нормах, визначених Конституцією України, і складається із законів України «Про захист економічної конкуренції» (2001 р.), «Про Антимонопольний комітет України» (1993 р.), «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996 р.), нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів. Так було окреслено правове поле регулювання конкуренції в Україні.

Конкурентне законодавство в Україні є складним. За оцінками провідних експертів, у концептуальному плані воно наближається до європейської моделі з окремими рисами американської моделі конкурентного права. У багатьох країнах конкурентне законодавство застосовується виключно до приватних суб'єктів господарювання, у країнах, що розвиваються, та країнах з перехідною економікою, зокрема й в Україні, — і до державних органів. Основними правовими принципами конкурентного законодавства є законність, гласність та захист конкуренції на засадах рівності інтересів фізичних та юридичних осіб [10, с.221–223].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» визначено: економічна конкуренція (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваги над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [2].

В практиці вітчизняного підприємництва використовується спеціальна «Методика визначення монопольного (домінуючого) положення суб'єктів господарювання на ринку» (затверджена розпорядженням Антимонопольного комітету України 5.03.2002 р. №49-р), яка передбачає наступні етапи дії:

1. Встановлення об'єктів аналізу щодо визначення монопольного (домінуючого) становища, а саме суб'єкта господарювання (групи суб'єктів господарювання), конкретного товару (продукції, роботи, послуги), який випускається, постачається, продається, придбавається (споживається, використовується) цим (цими) суб'єктом (суб'єктами) господарювання.

2. Складання переліку товарів (робіт, послуг), щодо яких має визначитися монопольне (домінуюче) становище суб'єкта господарювання і які мають ознаки одного товару, товарної групи.

3. Складання переліку основних продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів) товарів (товарних груп).

4. Визначення товарних меж ринку.

5. Визначення територіальних (географічних) меж ринку.

6. Встановлення проміжку часу, стосовно якого має визначитися становище суб'єктів господарювання на ринку — визначення часових меж ринку.

7. Визначення обсягів товару, який обертається на ринку.

8. Розрахунок часток суб'єктів господарювання на ринку.

9. Складання переліку продавців (постачальників, виробників), покупців (споживачів) товару (товарної групи) — потенційних конкурентів, покупців, які можуть продавати (постачати, виробляти), придбавати (споживати, використовувати) той самий або/та аналогічний товар (товарну групу) на ринку.

10. Визначення бар'єрів вступу на ринок та виходу з ринку для суб'єктів господарювання, які продають (постачають, виробляють), придбають (споживають, використовують) або можуть продавати (постачати, виробляти), придбавати (споживати, використовувати) той самий або/та аналогічний товар (товарну групу) на ринку.

11. Встановлення монопольного (домінуючого) становища суб'єкта (суб'єктів) господарювання на ринку.

Товарні межі ринку визначаються шляхом формування групи взаємозамінних товарів (товарних груп), у межах якої споживач за звичайних умов може легко перейти від споживання одного товару до споживання іншого.

Територіальні (географічні) межі ринку певного товару (товарної групи) визначаються шляхом встановлення мінімальної території, за межами якої з точки зору споживача придбання товарів (товарної групи), що належать до групи взаємозамінних товарів (товарної групи), є неможливим або недоцільним.

Коректність визначення територіальних (географічних) меж товарного ринку може бути перевірена дослідженням відкритості ринку щодо міжрегіональної та/або міжнародної торгівлі.

Ступінь відкритості ринку щодо міжнародної, міжрегіональної торгівлі оцінюється за показником, який розраховується як відсоткове співвідношення суми загального обсягу ввезення (імпорту) товару на певний ринок з територій інших регіонів держави (інших країн) до загального обсягу ринку.

Часові межі ринку визначаються як проміжок часу (як правило — рік), протягом якого відповідна сукупність товарно-грошових відносин між продавцями (постачальниками, виробниками) і споживачами утворює ринок товару із сталою структурою.

Обсяг ринку, на якому визначається монопольне (домінуюче) становище, визначається як загальний обсяг надходження товару на ринок усіма суб'єктами господарювання.

Обсяг товарів (товарних груп), що продається (постачається, виробляється) або придбається (споживається,

використовується) j-м суб'єктом господарювання, визначається як загальний обсяг реалізованих або придбаних товарів (товарних груп), що входять до товарних меж ринку, протягом часу, що складає часові межі ринку.

Частка суб'єкта господарювання на ринку розраховується як співвідношення обсягів товарів (товарної групи), що продаються (постачаються, виробляються) або придбаваються (споживаються, використовуються) якимсь суб'єктом господарювання до загального обсягу ринка.

Сукупна частка на ринку декількох суб'єктів господарювання, зокрема п'яти, чотирьох, трьох та двох найбільших суб'єктів господарювання, дорівнює сумі часток суб'єктів господарювання.

Важливе значення має й розуміння потенційних конкурентів. Ними вважаються такі суб'єкти господарювання:

— які мають матеріально-технічну базу, кадри, технології тощо, але з різних причин не реалізують ці можливості;

— які виготовляють товари (товарні групи), що складають товарні межі ринку, але не реалізують їх на відповідному ринку;

— нові суб'єкти господарювання, які можуть вступити на ринок.

Бар'єрами для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок є: обмеження за попитом, пов'язані з високою насиченістю ринку товарами (товарними групами) та низькою платоспроможністю покупців; адміністративні обмеження; економічні та організаційні обмеження; екологічні обмеження; нерозвиненість ринкової інфраструктури; інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи).

Наявність хоча б одного бар'єру вступу на ринок, що не може бути подоланий суб'єктом господарювання протягом 1–2 років унаслідок неможливості компенсації за цей час витрат, необхідних для вступу на ринок, розглядається як ознака того, що суб'єкт господарювання не є потенційним конкурентом.

Монопольним (домінуючим) положенням суб'єкта (суб'єктів) господарювання визнається положення, коли:

1) доля одного суб'єкта господарювання перевищує 35 %, якщо він не довів, що: має конкурента (ов) на ринку; випробовує значну конкуренцію унаслідок відсутності обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання відносно закупівлі сировини, матеріалів і збуту товарів, відсутності бар'єрів для вступу на ринок інших суб'єктів господарювання, відсутність пільг або інших обставин;

2) сукупна доля на ринку: трьох або двох суб'єктів господарювання, яким на ринку належать найбільші частки, перевищує 50 %; п'яти та чотирьох, яким належать самі великі частки, більше 70 %, якщо вони не доказали, що: між ними існує суттєва конкуренція; вони разом узяті мають конкурента (ов) на ринку і випробовують значну конкуренцію унаслідок відсутності обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання відносно закупівлі сировини, матеріалів і збуту товарів, відсутності бар'єрів для вступу на ринок інших суб'єктів господарювання, відсутності пільг або інших обставин;

3) доля одного суб'єкта господарювання на ринку менше 35 %, якщо він не спростував аргументів органів Антимонопольного комітету України про те, що він не випробовує значної конкуренції, зокрема, унаслідок порівняно невеликого розміру долей ринку, що належать конкурентам;

4) якщо два або більше суб'єктів господарювання не спростували аргументів органів Антимонопольного комітету України про те, що: між ними немає конкуренції або є незначна конкуренція; вони разом узяті не мають жодного конкурента на ринку або не випробовують значну конкуренцію унаслідок відсутності обмеженості можливостей доступу інших суб'єктів господарювання відносно закупівлі сировини, матеріалів і збуту товарів, відсутності бар'єрів для вступу на ринок інших суб'єктів господарювання, відсутності пільг або інших обставин [4].

В той же час практичне використання Методики стикається з певними труднощами на кожному етапі її вживання. До цього, як вважають фахівці-практики, приводять: значна номенклатура товарів, робіт і послуг; специфіка кожного товару з точки зору його характеристик; особливості кожного товарного ринку; складна система взаємин між суб'єктами ринку на всіх стадіях просування товару до споживача, що виключає універсальність в підходах до визначення суб'єктів господарювання, які мають бути об'єктом дослідження; наявність в практично будь-якого товару однієї або декількох груп споживачів, які пред'являють однакові або різні споживчі вимоги до даного товару; наявність у кожного споживача власної групи взаємозамінних товарів з врахуванням технологічних і цінових вимог; складність визначення територіальних кордонів ринку із-за залежності товарного ринку від досконалості системи реалізації і просування товару від виробника до споживача; вплив на часові межі ринку сезонності виробництва і реалізації багатьох груп товарів; складнощі з визначенням ємкості ринку із-за значної долі «тіньового» сектора економіки [12, с.60–61].

Одним з основних нормативно-правових актів, які формують вітчизняне конкурентне законодавство, є Закон України «Про захист економічної конкуренції», який набув чинності 2 березня 2002 р. З прийняттям цього Закону зміщено акценти у сторону захисту конкурентних відносин у вітчизняній економіці.

Цей закон визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, встановлює перелік дій, які є антиконкурентними, а також механізми контролю за концентрацією та розглядом заяв та справ про надання дозволу на узгоджені дії і концентрацію суб'єктів господарювання, вводить нові правові норми стосовно відповідальності за порушення законодавства про захист економічної конкуренції [10, с.225].

Нормальному розвитку конкурентних відносин протистоять: антимонопольні узгоджені дії суб'єктів господарювання; зловживання монополією (домінуючим) становищем; анти конкурентні дії органів влади.

Протягом 2007 року органами Комітету проведено 798 перевірок дотримання вимог законодавства про захист економічної конкуренції, в тому числі 589 перевірок суб'єктів господарювання та 209 перевірок державних органів. За результатами цих перевірок розпочато роз-

гляд 269 справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та надано 415 рекомендацій щодо припинення дій (бездіяльності), що містили ознаки таких правопорушень. Крім того, внаслідок безпосереднього виявлення ознак порушень законодавства про захист економічної конкуренції працівниками органів Комітету, в тому числі на основі аналізу інформації про стан ринків, розпочато розгляд 742 справ про правопорушення.

У звітному році до Антимонопольного комітету України надійшло 5625 заяв та подань з приводу порушень законодавства про захист економічної конкуренції. За результатами їх опрацювання було розпочато розгляд 467 справ про правопорушення.

Протягом 2007 року на порушників законодавства про захист економічної конкуренції було накладено штрафи в загальному розмірі 11569,24 тис. грн. З них 26,5 відсотка загальної суми накладено за порушення у вигляді антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання, 39,4 відсотка — за порушення у вигляді зловживань монопольним (домінуючим) становищем, 3,9 відсотка — за порушення у вигляді недобросовісної конкуренції та 30,2 відсотка — за порушення інших видів [5].

Узгодженими діями є укладення суб'єктами господарювання угод у будь-якій формі, прийняття об'єднаннями рішень у будь-якій формі, а також будь-яка інша погоджена конкурентна поведінка (діяльність, бездіяльність) суб'єктів господарювання. Узгодженими діями є також створення суб'єкта господарювання, об'єднання, метою чи наслідком створення якого є координація конкурентної поведінки між суб'єктами господарювання, що створили зазначений суб'єкт господарювання, об'єднання, або між ними та новоствореним суб'єктом господарювання, або вступ до такого об'єднання.

Антиконкурентними узгодженими діями є узгоджені дії, які призвели чи можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, зокрема, визнаються узгоджені дії, які стосуються:

- 1) встановлення цін чи інших умов придбання або реалізації товарів;
- 2) обмеження виробництва, ринків товарів, техніко-технологічного розвитку, інвестицій або встановлення контролю над ними;
- 3) розподілу ринків чи джерел постачання за територіальним принципом, асортиментом товарів, обсягом їх реалізації чи придбання, за колом продавців, покупців або споживачів чи за іншими ознаками;
- 4) спотворення результатів торгів, аукціонів, конкурсів, тендерів;
- 5) усунення з ринку або обмеження доступу на ринок;
- 6) застосування різних умов до рівнозначних угод з іншими суб'єктами господарювання;
- 7) укладення угод за умови прийняття додаткових зобов'язань, які за своїм змістом не стосуються предмета цих угод;
- 8) суттєвого обмеження конкурентоспроможності на ринку без об'єктивно виправданих на те причин [2].

У 2007 році виявлення та припинення антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання було визначено одним із пріоритетних напрямів діяльності

Антимонопольного комітету України. Відповідно, кількість справ про порушення цього виду, завершених протягом року з визнанням вчинення порушення, збільшилася порівняно з 2006 роком більше, ніж удвічі (з 31 до 65), загальна кількість припинених порушень цього виду та дій, що мали ознаки таких порушень, склала 139.

З числа виявлених та припинених у 2007 році випадків антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання 62 відсотки стосувалися встановлення цін. Розподілу ринків стосувалося 8,6 відсотка, усунення з ринків або обмеження доступу на них інших суб'єктів господарювання — 6,5 відсотка, спотворення результатів торгів, аукціонів, конкурсів і тендерів — 4,3 відсотка [5].

Так у 2 кварталі 2008 року Антимонопольним комітетом була розглянута справа з порушенням конкурентного законодавства, а саме узгоджених дій. ВАТ «Вімм-Біль-Данн Україна», ДП «Аромат», ПП «Рось», ТОВ «МалКА-транс», ВАТ «Шосткінський міськмолкомбінат» та ЗАТ «Гадячсир», починаючи з 21 жовтня та з 1 грудня 2007 року, одночасно знижували ціни на закупівлю молока коров'ячого незбираного для промислової переробки, що закуповувалося у населення в межах Сумської області. Таке зниження цін поступово відбувалося з 2 грн. до 1,8–1,6–1,3 грн. за літр. При цьому, ціни на закупівлю підприємствами молока від сільських господарств області залишалися стабільними. Крім того, зниження цін на закупівлю молока в населення супроводжувалося підвищенням цін на готову молочну продукцію підприємств. При цьому на ринку не існувало об'єктивних причин для одночасного зниження закупівельних цін до однакового рівня.

Підприємства не надали підтвердження обґрунтованості своїх дій. Сумське обласне територіальне відділення Комітету такі дії шести молокопереробних підприємств визнало порушенням законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді антиконкурентних узгоджених дій шляхом встановлення економічно необґрунтованих закупівельних цін на молоко коров'яче незбиране для промислової переробки, що закуповується у населення у межах Сумської області, що призвело до обмеження конкуренції на ринку без об'єктивних на це причин [13].

Узгоджені дії можуть бути дозволені відповідними органами Антимонопольного комітету України, якщо їх учасники доведуть, що ці дії сприяють: вдосконаленню виробництва, придбання або реалізації товару; техніко-технологічному, економічному розвитку; розвитку малих або середніх підприємств; оптимізації експорту чи імпорту товарів; розробленню та застосуванню уніфікованих технічних умов або стандартів на товари; раціоналізації виробництва [2].

Протягом 2007 року органами Антимонопольного комітету України розглянуті 78 заяв про надання дозволу на узгоджені дії суб'єктів господарювання. За результатами їхнього розгляду у 62 випадках на здійснення заявлених узгоджених дій було надано дозвіл. З числа наданих дозволів дві третини стосувалися узгоджених дій на регіональних ринках і третина — на загальнодержавних ринках [5].

Узгоджені дії, не можуть бути дозволені органами Антимонопольного комітету України, якщо конкурен-

ція суттєво обмежується на всьому ринку чи в значній його частині.

Кабінет Міністрів України може дозволити узгоджені дії, на які Антимонопольним комітетом України не було надано дозволу, якщо учасники узгоджених дій доведуть, що позитивний ефект для суспільних інтересів переважає негативні наслідки обмеження конкуренції.

Зловживанням монополюючим (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монополюне (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 [2].

У 2007 році за зловживання монополюючим (домінуючим) становищем було розглянуто з притягненням порушників до відповідальності 539 справ, припинено 964 випадки дій (бездіяльності).

На суб'єктів господарювання, які вчинили зловживання монополюючим (домінуючим) становищем, органами Антимонопольного комітету України протягом 2006 року накладені штрафи у загальному розмірі 4559,354 млн грн, що становить 39,4 відсотка загальної суми застосованих протягом року штрафних санкцій.

Найбільш поширеними видами зловживань монополюючим (домінуючим) становищем, протягом 2007 року були зловживання цінового характеру (64,9 відсотка всіх випадків), а також порушення, бездіяльність суб'єкта господарювання, що призвела або може призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів — їхня частка становила 29,4 відсотка, — а також випадки часткової або повної відмови від реалізації товару за відсутності альтернативних джерел придбання (4,3 відсотка загальної кількості зловживань монополюючим (домінуючим) становищем) [5].

У 2 кварталі 2008 року було розглянуто справу з порушення законодавства про захист економічної конкуренції ЗАТ «ЛИНІК» (м. Лисичанськ, Луганська область) у вигляді зловживання монополюючим (домінуючим) становищем на загальнодержавному ринку нафтопродуктів, зокрема бензинів моторних.

Було встановлено, що ЗАТ «ЛИНІК» та АТ «Укртатнафта» займали монополюне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку бензинів моторних України протягом 2007 року. Також у 2007 році ЗАТ «ЛИНІК» здійснювало діяльність з реалізації моторних бензинів на зовнішньому ринку, де воно відчувало значну конкуренцію з боку інших суб'єктів господарювання, і тому встановлювало ціну на моторні бензини в умовах конкуренції. У період з листопада по грудень 2007 року ЗАТ «ЛИНІК» підвищило середньозважену ціну на бензини моторні на ринку України на 22,8 відсотка порівняно з жовтнем 2007 року. Середньозважені ціни на бензини ЗАТ «ЛИНІК» на ринку України становили 3891,86 грн. за тонну у листопаді 2007 року, а у грудні 2007 року — 4042,48 грн. за тонну і були вищими за ціни на бензини, які ЗАТ «ЛИНІК» постачає на експорт, на 276 та 160 грн. на тонні, відповідно, у листопаді та грудні 2007 року.

Разом з цим, у листопаді 2007 року середньозважені ціни ЗАТ «ЛИНІК» на моторні бензини на ринку України перевищили ціни на імпортовані моторні бензини на 65,5 грн. на тонні, а у грудні 2007 року середньозважені ціни ЗАТ «ЛИНІК» на моторні бензини на ринку України перевищили ціни на бензини на європейському ринку у цей період на 58 грн. на тонні.

Зазначені дії ЗАТ «ЛИНІК» щодо встановлення у період з листопада по грудень 2007 року завищених цін на бензини були визнані зловживанням монополюючим (домінуючим) становищем [13].

Особливу небезпеку для розвитку конкурентних сил представляють антиконкурентні дії органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю. До таких антиконкурентних дій відносять прийняття будь-яких актів (рішень, наказів, розпоряджень, постанов тощо), надання письмових чи усних вказівок, укладення угод або будь-які інші дії чи бездіяльність органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю (колегіального органу чи посадової особи), які призвели або можуть призвести до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції [2].

Протягом 2007 року органами Комітету розглянуті із визнанням вчинення протиправних діянь 183 справи про порушення та припинено внаслідок надання рекомендацій 557 дій, що мали ознаки таких порушень.

Порушення у вигляді надання окремим суб'єктам господарювання або групам суб'єктів господарювання переваг, які ставили їх у привілейоване становище стосовно конкурентів, що призводило або могло призвести до завдання шкоди конкуренції, становлять 13,1 відсотка загальної кількості антиконкурентних дій державних органів, порушення у вигляді дій, якими створюються непередбачені законами України заборони та обмеження самостійності підприємств, — 11 відсотків, порушення у вигляді дій, внаслідок яких окремим суб'єктам господарювання створюються несприятливі або дискримінаційні умови діяльності порівняно з конкурентами, — 10,2 відсотка [5].

З метою запобігання монополізації товарних ринків, зловживання монополюючим (домінуючим) становищем, обмеження конкуренції органи Антимонопольного комітету України здійснюють державний контроль за концентрацією суб'єктів господарювання [2].

У 2007 році Антимонопольним комітетом України розглянуті 911 заяв про надання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання. При цьому, третина заяв (305) надійшла від іноземних інвесторів або підприємств з іноземними інвестиціями. За результатами розгляду зазначених заяв і справ у 719 випадках згоду на концентрацію було надано [5].

Прийняття цього закону усунуло суттєві прогалини в правилах вітчизняної конкуренції, але існує низка проблем, які необхідно вдосконалювати у чинному нормативно-правовому акті, зокрема:

— Неузгодженість окремих положень цього закону з нормативно-правовими актами господарського законодавства. Наприклад, закріплено низку термінів, які мають відмінне визначення, ніж інші законодавчі доку-

менти («суб'єкт господарювання», «малий та середній підприємець»).

— Розмитість, загальність та нечіткість окремих положень цього закону. По-перше, загальними є положення щодо антиконкурентних узгоджених дій. По-друге, в законі часто трапляється слово «суттєво», яке важко оцінити, дати йому кількісну характеристику. По-третє, Кабінет Міністрів України (КМУ) має право дозволяти узгоджені дії, які заборонив Антимонопольний комітет України, якщо позитивний ефект від таких узгоджених дій переважає негативні наслідки обмеження конкуренції. Але незрозуміло, за якими критеріями визначатиметься позитивний ефект [10, с. 225–226].

Правові засади становлення та розвитку чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності визначає Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. З прийняттям зазначеного закону правове регулювання захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції було відокремлено від вітчизняного антимонопольного законодавства.

У Законі України «Про захист від недобросовісної конкуренції» під недобросовісною конкуренцією розуміється будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності. В законі виділені наступні групи порушень, що стосуються недобросовісною конкуренції: неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (підприємця); створення перешкод господарюючим суб'єктам (підприємцям) у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції; неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці [1].

На території України найбільшого поширення набули порушення у вигляді неправомірного використання ділової репутації підприємця, найчастіше — неправомірне використання чужих позначень і упаковки товару, копіювання зовнішнього вигляду виробів іншого підприємця, а також порівняльна реклама.

Прикладом недобросовісної конкуренції є розгляд справи у 2 кварталі 2008 року про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції приватним підприємством «Селена-Центр» (м. Вінниця) у вигляді неправомірного використання без дозволу уповноваженої на те особи фірмового найменування, що могло призвести до змішування з діяльністю ЗАТ «Селена» (м. Одеса).

Як встановив Комітет ПП «Селена-Центр» (м. Вінниця) неправомірно використовувало у своєму фірмовому найменуванні позначення «Селена», пріоритет на застосування якого мав відомий виробник насіння — ЗАТ «Селена» (м. Одеса).

ПП «Селена-Центр» мало назву ПП «Брость» до 2006 р. Основним видом діяльності є вирощування та реалізація насіння польових культур у Вінницькій, Київській, Одеській та Черкаській областях.

Відповідно до матеріалів справи, ЗАТ «Селена» працює на ринку з 2000 р. Виробляє, оброблює та реалізовує насіння польових культур, а також — засоби захисту рослин, мінеральні добрива. Розповсюджує свою продукцію в Україні, займається експортом. Товариство має виключні права інтелектуальної власності на знак

для товарів і послуг «Селена». Протягом своєї діяльності на ринку насіння польових культур ЗАТ «Селена» набуло певної ділової репутації, про що свідчить включення товариства до міжнародного каталогу «Торгова-промислова Україна», участь у державних програмах щодо забезпечення насінням господарств України. Крім того товариством витрачалися кошти на розміщення реклами у засобах масової інформації, проведення рекламних заходів, що також сприяло залученню нових клієнтів та зміцненню ділової репутації.

Оскільки обидва підприємства здійснювали господарську діяльність на загальнодержавному ринку насіння польових культур і є конкурентами, то такі дії ПП «Селена-Центр» не лише призводили до змішування їх діяльності, але й вводили в оману споживачів. Тому Комітет визнав дії ПП «Селена-Центр» у вигляді використання без дозволу ЗАТ «Селена» позначення «Селена» порушенням, передбаченим статтею 4 Закону України «Про захист недобросовісної конкуренції». На порушника накладено штраф та зобов'язано протягом двох місяців припинити використання позначення «Селена», зокрема, у встановленому порядку змінити своє найменування [13].

Опасатися появи підробок, тобто копіювання чужого товару без вказівки імені дійсного виробника необхідно у випадку, якщо: 1) просування продукту на ринок супроводжується масованою рекламною кампанією і об'єми продажів постійно зростають; 2) відпускна і роздрібна ціна на продукцію істотно перевищують собівартість продукції, створюючи можливість здобуття додаткового прибутку; 3) продукт реалізується через надзвичайно розгалужену і багатоканальну збутову мережу або взагалі через неорганізовану торгівлю, тобто ринки; 4) фірма не робить жодних ефективних дій проти появи фальсифікаторів.

Виявленням підробок і їх подальшою конфіскацією займаються правоохоронні органи і Управління по захисту прав споживачів. Але останнім часом боротися з фальсифікаторами стали і самі виробники продукції. Прийшло розуміння того, що масові вироби асоціюються у споживача з неспроможністю виробника, його нездатністю захистити свій товар.

Виробники використовують: 1) методи пасивного захисту продуктів, тобто ті, на які повинен звертати увагу сам покупець, набуваючи товару. Це — ексклюзивна тара (упаковка), ускладнені етикетки (на плівках, з використанням металографічного друку, спеціального вигляду скретч-елементів і т. п.), голографічні наклейки. Проте, як показує практика, жоден з методів пасивного захисту товару не є тривалим і надійним.

2) активні методи боротьби з підробками — перевірки представниками компаній-виробників і контролюючих органів продукції, що реалізовується в торговельних крапках.

Не менше значення має боротьба виробників з контрафакцією. Проявом недобросовісної в ділових стосунках є також створення перешкод господарюючим суб'єктам і досягнення неправомірних переваг в конкуренції, що забезпечується самими різними способами, наприклад, з допомогою: механізму «замовлених» перевірок господарської діяльності підприємств конкурента державними органами, сприяючих «виживанню» ком-

панії з певного ринку: скупки акцій компанії-конкурента у її співробітників, використовуючи підкуп топ-менеджерів; підкупу посадових осіб; лобіювання ухвалення необхідних законів у власних економічних інтересах [12, с.69–75].

У 2007 році органами Антимонопольного комітету України розглянуті із визнанням вчинення порушення 144 справи про недобросовісну конкуренцію, крім того, було припинено 111 дій, що містили ознаки таких порушень. На правопорушників за недобросовісну конкуренцію були накладені штрафи у загальній сумі 451,692 тис. грн.

Основними видами порушень у вигляді недобросовісної конкуренції та дій, що мали їхні ознаки, виявленими та припиненими органами Антимонопольного комітету України у звітному році, були випадки неправомірного використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (підприємця) — 68,5 відсотка загальної кількості, а також випадки досягнення неправомірних переваг у конкуренції шляхом порушення чинного законодавства, яке підтверджене рішенням державного органу, наділеного відповідною компетенцією, — 28,8 відсотка загальної кількості припинених випадків недобросовісної конкуренції [5].

У господарському житті застосування Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» натрапляє на певні труднощі, які необхідно врегулювати. Серед них:

— Низький рівень правової обізнаності підприємців у питаннях можливого застосування законодавства до недобросовісних дій конкурентів.

— Зміст окремих правопорушень та їх регулювання має загальний характер. Глава друга Закону має назву «Неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта», а всі статті (стаття 4–7) цієї глави не мають нічого спільного з діловою репутацією.

— Загальна за змістом стаття «Порівняльна реклама», в якій не перераховано всі ті засоби, за допомогою яких українські підприємці вводять в оману споживачів: наприклад, про порівняння цін, які встановлюють суб'єкти господарювання.

Вказано лише види і зміст відповідальності, але не визначено умов, за яких наступає відповідальність за порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції [10, 224–225].

Дієвість та ефективність функціонування конкурентного середовища залежить від належного державного контролю за сферою природних монополій. Держава повинна звести до мінімуму негативні економічні та соціальні наслідки діяльності суб'єктів природних монополій.

Правові, економічні та організаційні засади державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій визначено Законом України «Про природні монополії», який було прийнято у квітні 2000 р. У нім наголошується, що природна монополія — це стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку є ефективнішим за умови відсутності конкуренції унаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю товару по мірі збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), які виробля-

ються суб'єктами природних монополій, не можуть бути замінені у вжитку іншими товарами (послугами), у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари (послуги), чим попит на інші товари (послуги) [3].

Державу регулює діяльність суб'єктів природних монополій в таких сферах: транспортування нафти і нафтопродуктів трубопроводами; транспортування природного і нафтового газу трубопроводами і його розподіл; транспортування інших речовин трубопровідним транспортом; передача і розподіл електричної енергії; користування залізничними коліями, диспетчерськими службами, вокзалами і іншими об'єктами інфраструктури, які забезпечують рух залізничного транспорту загального користування; управління повітряним рухом; зв'язок загального користування; централізоване водопостачання і водовідведення; централізовані постачання теплової енергії; спеціалізовані послуги транспортних терміналів, портів, аеропортів по переліку, визначуваному Кабінетом Міністрів України.

За даними Антимонопольного комітету, за підсумками 2006 року близько третини всіх товарів, робіт і послуг реалізовувалося в Україні на ринках з високим рівнем концентрації, несприятливим для ефективної конкуренції між підприємцями, в тому числі на ринках, на яких діє один продавець — близько 7 відсотків, тобто монополізований ринок. Разом із тим, за умов, коли структура ринків не створювала істотних перешкод для конкуренції між їхніми учасниками, реалізовувалося понад 53 відсотки всього обсягу товарів, робіт і послуг у ціновому виразі — це ринок чистої конкуренції. До ринків олігополії та ринку з ознаками домінування належать відносно 14 та 26 відсотків [5].

Таке положення вітчизняні експерти пояснюють таким чином. По-перше, всі основні досягнення вітчизняною економіки в останні декілька років були отримані саме за рахунок монополізації інфраструктурної і виробничої сфери. Тому будь-які спроби в проведенні демонополізації несли в собі ризики уповільнення зростання. По-друге, монополії історично широко використовуються в невластивій для них функції вирішення соціальних проблем (наприклад, для боротьби з бідністю). По-третє, для уряду концентрація власності була однією з умов збереження підконтрольності не лише держсектора, але і всієї економіки. По-четверте, використання монополії як джерело перерозподілу доходів в комерційні сектори і створення на рівні регіональної і центральної влади механізмів лобіювання робили перспективу зростання конкурентоспроможності практично безнадійною.

Підірвати існування природної монополії може розширення ринку і збільшення ринкового попиту. Тоді буде потрібно додаткові підприємства з додатковими виробничими потужностями. А природна монополія переросте в конкурентний ринок.

Галузь є природною монополією, якщо одна — єдина фірма забезпечує ринок яким-небудь товаром або послугою з меншими витратами, чим це зробили б два і більше конкурента. Така структура ринку вигідна споживачам і суспільству в цілому і повинна цілеспрямовано захищатися державою. В той же час це монополія, і завдання держави — не допустити

зловживання нею своєю монопольною владою [12, с. 76–78].

Законодавство у сфері природних монополій є антиподом антимонопольного законодавства. Метою останнього вважається створення умов для запуску ринкових механізмів і подальша підтримка їх природного розвитку. Метою ж регулювання діяльності природних монополій є створення ефективної мобільної системи державного регулювання природних монополій, при якій їх суб'єкти зацікавлені діяти ефективно, не використовуючи переваг власного монопольного положення, а їх дія на ринкову ситуацію має виключно ринковий характер. Причому саме наявність природних монополій підкреслює необхідність конкуренції і переваги свободи підприємницької діяльності. Отже, будучи антиподом антимонопольного законодавства, право природних монополій є невід'ємною частиною конкурентного права.

Зроблені перші спроби реструктуризації природних монополій — розділення їх на природно-монополю і конкурентну складові. Мається на увазі упроваджена за порадою західних консультантів (так звана «англійська») модель реорганізації електроенергетики. Примітно, що така модель може функціонувати в будь-якій галузі. На першому етапі відбувається виділення «мереж», або «природно-монопольних» об'єктів, до яких відносяться труби, дроти, рейки, телевізійні ретранслятори, злітно-посадочні смуги і тому подібне. Ці об'єкти потім об'єднуються під контролем відповідного державного (регіонального) органу або підприємства. А все інше працює на комерційних підставах. У деяких галузях, наприклад в газовій промисловості уряд не виключає поступової приватизації газотранспортних мереж. У інших, як в залізничному транспорті, держава не має наміру відмовлятися від того, чим володіє. Нарешті, для цих мереж і експлуатуючих організацій вводиться спеціальне регулювання, в першу чергу тарифне і ліцензійне. Паралельно з цим, по мірі реструктуризації діяльності природних монополій відбуватиметься поступова приватизація їх багаточисельних дочірніх підприємств. Поки ці плани є проявом «доброї волі» монополістів. Проте в умовах дефіциту інвестицій такий поворот реформи, на думку фахівців, може стати неминучою необхідністю [12, с. 79–82].

На сучасному етапі існує значний розрив між задекларованими цілями і практично запровадженими нормами й методиками регулювання природних монополій. Так, задекларовані у цьому законі принципи гласності та відкритості процедур, адресності регулювання та його спрямованості на конкретний суб'єкт природних монополій не реалізовано. Передбачено створення національних комісій регулювання природних монополій, нині такий орган функціонує лише у нафтогазовому комплексі й електроенергетиці — Національна комісія регулювання електроенергетики України. У сферах зв'язку і транспорті таких комісій ще нема. Невирішеною проблемою є визначення незалежних регулюючих органів природних монополій у житлово-комунальному господарстві.

Вплив на розвиток вітчизняного конкурентного законодавства матиме розробка та прийняття Конкурентного процесуального кодексу України, створення

якого передбачено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 березня 2002 р. «Про схвалення Концепції Конкурентного процесуального кодексу України» [10, с. 227–228].

Висновок: Провідна роль у функціонуванні здорового конкурентного середовища належить державі, яка здатна своїми економіко-правовими інструментами створювати всі необхідні передумови для належного розвитку конкуренції у національній економіці та забезпечувати стійкі позиції як великим, так і середнім та малим вітчизняним підприємствам.

Головним інструментом регулювання конкурентних відносин з боку держави є законодавство, де окреслені правила поведінки суб'єктів господарювання на ринку в Україні. Основу конкурентного законодавства складають Закони України «Про захист економічної конкуренції», «Про Антимонопольний комітет України», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про природні монополії».

Конкурентне законодавство України має свої недоліки, неточності, існує багато суперечностей. Тому на даному етапі для ефективного розвитку конкуренції і конкурентних стосунків в Україні необхідно трансформувати законодавство з цього питання. Бо його недосконалість призводить до великої кількості порушень з боку суб'єктів господарювання, які у більшості випадків неможливо довести.

Література

1. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. №236196 //ВВР — 1996. — №36 — С.164
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. №2210-III //ВВР — 2001. — №12 — С.64
3. Закон України «Про природні монополії» від 20.04.2000 р. №1682-III //ВВР — 2000. — № 30 — С. 238
4. Розпорядження Антимонопольного Комітету України «Про затвердження Методики визначення монопольного (домінуючого) становища на ринку» від 5 березня 2002 р. №49-р
5. Звіт Антимонопольного Комітету України за 2007 рік
6. Азов Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. — М., 2000. — 459 с.
7. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник для вузів // І. З. Должанський, Т. О. Загорна. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.
8. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 1993. — 384 с.
9. Райзберг Б. А., Лазовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. — М.: ИНФРА-М, 1997. — 496 с.
10. Ревчук С. К., Сива Т. В., Ревчук Л. С. Основи теорії економічної конкуренції: Навчальний посібник. — К.: Знання, 2007. — 271 с.
11. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 312 с.
12. Шевченко Л. С. Конкурентное управление: Учебное пособие. — Х.: Эспада, 2004. — 312 с.
13. w.w.w.acm.gov.ua