ЗМІСТ

ВСТУП……2

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи адвокатування конкуренції в національній економіці

1.1 Сутність та основні завдання конкурентної політики……..……6

1.2Об’єктивна необхідність захисту та адвокатування конкуренції в сучасній економіці……..……..15

1.3Формування проконкурентної культури в соціально-економічній політиці держави……..……25

РОЗДІЛ 2. Аналіз адвокатування конкуренції в економіці України

2.1Особливості адвокатування конкуренції в Україні……...36

2.2Ефективність регулювання економічної конкуренції АМК України…..40

2.3 Регулювання економічної конкуренції АМКУ

на прикладі ринків мобільного зв’язку та телекомунікацій…….……52

РОЗДІЛ 3. Світовий досвід адвокатування конкуренції: особливості та механізми впровадження в українську практику

3.1 Міжнародний досвід адвокатування конкуренції…..……...71

3.2 Вдосконалення організаційно-правого механізму адвокатування конкуренції в Україні ……..……77

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ……84

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……...……...87

ДОДАТКИ……97

ВСТУП

Актуальність теми. В епоху глобалізації та прискорення економічного розвитку конкуренція перетворюється в рушійну силу економіки і все більше потребує захисту та підтримки держави. На сучасному етапі розвитку України застосування лише примусових засобів конкурентної боротьби є витратним малоефективним, тому потребує додаткових заходів у вигляді адвокатування конкуренції.

Саме адвокатуванню конкуренції, на думку науковців, відводиться важливе місце в поновленому арсеналі інструментів конкурентної політики як набору засобів впливу конкурентних органів держави, які спрямовані на зміцнення конкурентного середовища підприємницької діяльності та орієнтовані переважно на усвідомлення суб'єктами господарювання вигід конкуренції.

Адвокатування конкуренції (АК) охоплює діяльність антимонопольних органів, спрямовану на роз'яснення позитивної ролі конкуренції в суспільстві. **Аналіз наукових публікацій** показав, що окремі аспекти цього явища висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців, таких зокрема, як: С. Авдашева, Е. Балацкий, О. Бакалінська, О. Вознюк, І. Дахно, В.Лагутін, Г. Лозова, О. Прокопов, Х. Ривас, А.Шастітко, Г. Филюк та інших.

Питання розвитку конкуренції та її адвокатування, тенденції розвитку ринкової економіки досліджували такі зарубіжні вчені, як Д. Барнес, Р. Вернон, В.К. Вескозі, Дж.Е. Гарінгтон, І. Кірцнер, М. Портер, А. Чемберлін, Д. Шиллінг, зокрема питання економічної теорії – Д. Гамільтон, К. Макконнел, Е. Маршалл, Д. Рубинфельд, П. Самюельсон, С. Фішер. В Україні проблеми конкурентних відносин в умовах ринкової трансформації, механізмів державного регулювання в сфері конкурентної політики та державного управління розглядалися в працях багатьох учених: О. Андрійко, Ю. Бажала, О. Бакалінської, З. Борисенко, С. Валітова, А. Герасименко, Г. Губерної, В. Лагутіна, В. Мамутова, А. Мерзляк, Н. Нижник, В. Савчука, Н. Саніахметової, К. Тотьєва, Ю.Уманціва, Т. Щербакової, Н. Яременка та інших.

В працях вищезазначених вчених з'ясовується сутність конкуренції, її прояви, досліджуються теоретичні аспекти реалізації конкурентної політики держави, простежується еволюція розвитку конкурентного законодавства, але існує розрив між законодавчо закріпленими нормами конкурентної політики і практикою їх виконання. На сьогоднішній день гостро стоїть проблема підвищення ефективності конкуренції на основних соціально-важливих ринках в Україні. Потребує оптимізації методологія вироблення та реалізації завдань конкурентної політики та конкурентного регулювання. Необхідно впроваджувати нові напрями реалізації конкурентної політики, а саме адвокатування конкуренції.

Мета дослідження - комплексний розгляд та обґрунтування пріоритетних напрямів реалізації конкурентної політики в Україні, механізм реалізації адвокатування конкуренції на основі системного підходу, виявлення найбільш притаманних їй форм, та засобів щодо підвищення конкурентоспроможності національної економіки та створення цивілізованого конкурентного середовища.

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати наступні **завдання:**

- дослідити еволюцію теоретичних підходів до аналізу поняття конкурентної політики;
- охарактеризувати існуючі підходи адвокатування конкуренції, як складової конкурентної політики;
- визначити інституційно-правові засади та інструментарій адвокатування конкуренції в Україні;
- проаналізувати світовий досвід адвокатування конкуренції та його процесів;
- сформулювати пропозиції щодо удосконалення адвокатування конкуренції, як частини державної конкурентної політики в Україні на основі кращих прикладів зарубіжного досвіду.

Об'єктом дослідження є вітчизняний та зарубіжний досвід процесів адвокатування конкуренції як частини конкурентної політики, який

застосовується з метою запобігання та недопущення порушення конкурентного законодавства та обмеження конкуренції.

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є адвокатування конкуренції, як частина конкурентної політики держави.

Інформаційною базою дослідження послугували Закони України, нормативно-правові акти та матеріали Антимонопольного комітету України, іноземне законодавство, а також наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали монографій, навчальних посібників, періодичних видань, дані статистичної звітності, аналітичні огляди, відкриті дані з мережі Інтернет стосовно адвокатування конкуренції, документи із спеціальних форумів та конференцій щодо конкурентної політики та адвокатування конкуренції, які знаходяться у відкритому доступі.

Методологічною основою дослідження послугувало використання системи загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Зокрема, метод абстрагування, історичний метод, методи аналізу та синтезу, методи статистичного, логічного та системно-структурного аналізу, метод експертних оцінок, аналітичний метод, графоаналітичний метод.

Теоретична значущість одержаних результатів полягає у визначенні найбільш ефективного методологічного комплексу адвокатування конкуренції, що може бути використаний для подальших досліджень у сфері захисту економічної конкуренції.

Практичне значення роботи полягає у тому, що розроблені теоретичні узагальнення та висновки роботи можливо використовувати у якості рекомендацій для досягнення підвищення ефективності адвокатування конкуренції в Україні та його удосконалення.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає у встановленні особливостей адвокатування конкуренції як частини конкурентної політики в Україні та в тому, що були висунуті нові підходи стосовно покращення вітчизняного антимонопольного регулювання у сфері адвокатування конкуренції.

Публікації. Основні положення роботи викладені у науковій статті «Міжнародний досвід адвокатування конкуренції: особливості та механізми впровадження в українську практику» в збірнику наукових статей студентів-магістрів «Управління та адміністрування» Частина 2 – К.:КНТЕУ, 2018.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 102 сторінки, з них основного тексту 77. Робота містить 3 таблиці та 16 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

1.1 Сутність та основні завдання конкурентної політики

Розвиток будь-якої держави або регіону передбачає проведення певної економічної політики в різноманітних сферах господарювання, які у своїй сукупності складають економічну основу державного суверенітету. Важливою складовою є конкурентна політика, виникнення якої обумовлено складністю та різноманітністю конкурентних відносин. Саме конкурентна політика є окремим цілісним напрямом економічної політики, який регулює конкурентні відносини взаємодії між учасниками ринкового простору і, в основному, спрямований на створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів господарювання.

Конкурентна політика може бути широко визначена як державна політика, яка сприяє або підтримує рівень конкуренції на ринках, і включає урядові заходи, які безпосередньо впливають на поведінку підприємств та структуру промисловості та ринків. Конкурентна політика в основному охоплює два елементи:

1) Перший передбачає запровадження низки політик, що сприяють конкуренції на місцевих та національних ринках, наприклад, запровадженню посиленої торговельної політики, ліквідації обмежувальної практики торгівлі, сприяння вступу та виходу на ринок, зменшенню зайвих урядових інтервенцій та більшій залежності від ринкових сил;

2) Друга, відома як конкурентне право, включає законодавство, судові рішення та постанови, спеціально спрямовані на запобігання антиконкурентній діловій практиці, зловживанням ринковою владою та монопольними злиттями. Вона в основному зосереджена на контролі торговельних (ділових) обмежувальних практик (таких як антиконкурентні угоди та зловживання домінуючим становищем) та монопольних злиттях, а також може включати

положення про недобросовісну практику торгівлі. Ці заходи передбачають припинення антиконкурентної поведінки, яка в умовах розвитку ринкової економіки набуває найрізноманітніших форм. Зокрема, це комплекс заходів припинення антиконкурентних узгоджених дій підприємців, попередження зловживань монопольним становищем, усунення проявів недобросовісної конкуренції, профілактика антиконкурентних дій органів влади тощо.[1]

На сьогоднішній день існує значна кількість формулювань поняття «конкурентна політика» (див. додаток А).

На нашу думку, найбільш вичерпним та вдалим є визначення з посібника «Конкуренція і конкурентна політика: категорії та поняття» за редакцією В. Лагутіна. Відповідно до нього, конкурентна політика визначається як діяльність держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захисту законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва. [2, с.193]

Основною метою конкурентної політики є заохочення та захист конкурентного процесу. Конкурентна політика запроваджує «рівноправні умови» для всіх учасників ринку, які допоможуть ринкам бути конкурентоспроможними. Впровадження конкурентного законодавства забезпечить ринок набором «правил гри», який захищає сам процес конкуренції, а не конкурентів на ринку. Таким чином, прагнення до справедливої та ефективної конкуренції може сприяти поліпшенню економічної ефективності, економічного зростання та розвитку та добробуту споживачів:

1) Економічна ефективність: Економічна ефективність - це ефективне використання та розподіл ресурсів економіки. Конкуренція має тенденцію підвищувати ефективність, як в статичному, так і в динамічному аспекті, шляхом «дисциплінування» економічних суб’єктів у вартості виробництва, передачі цих

витрат споживачам та мотивації фірм проводити дослідження та розробки для задоволення потреб споживачів.

2) Економічне зростання та розвиток: економічне зростання - зростання вартості товарів та послуг, що виробляються економікою, - є ключовим показником економічного розвитку. Економічний розвиток означає більш широке визначення рівня добробуту економіки, включаючи зростання зайнятості, рівень грамотності, смертності та інші показники якості життя. Конкуренція може призвести до більшого економічного зростання та розвитку через покращення економічної ефективності та зменшення втрат у виробництві товарів та послуг. Так ринок може швидше перерозподіляти ресурси, підвищувати продуктивність та досягати більш високого рівня економічного зростання. З часом стійке економічне зростання, як правило, призводить до підвищення якості життя та більшого економічного розвитку.

3) Споживчий добробут: конкурентна політика сприяє економічному зростанню в кінцевому рахунку на користь споживачів з точки зору кращого вибору (нових продуктів), кращої якості та зниження цін. Захист споживачів може бути необхідним для пом'якшення сприйнятого дисбалансу між ринковою спроможністю споживачів та виробників. Дисбаланс між споживачами та виробниками може спричинити невдачі на ринку, такі як інформаційна асиметрія, відсутність позиції переговорів щодо виробників та високі транзакційні витрати. Конкурентна політика може служити доповненням політики захисту споживачів для вирішення таких невдач на ринку.

Крім того, конкурентна політика також корисна країнам, що розвиваються. Внаслідок всесвітньої дерегуляції, приватизації та лібералізації ринків, країнам, що розвиваються, конкурентна політика потрібна для моніторингу та контролю зростаючої ролі приватного сектора в економіці, щоб гарантувати, що державні монополії не просто заміняються приватними монополіями.

Окрім сприяння торгівлі та інвестиційної політики, конкурентна політика може враховувати інші політичні цілі (як економічні, так і соціальні), такі як

інтеграція національних ринків та сприяння регіональної інтеграції, заохочення та захист малого бізнесу, сприяння розвитку технологій , сприяння виробничим та технологічним інноваціям, сприяння диверсифікації промисловості, захист навколишнього середовища, боротьба з інфляцією, створення робочих місць, рівне ставлення до працівників за ознакою раси і статі або сприяння добробуту певних груп споживачів. Зокрема, конкурентоспроможна політика може мати позитивний вплив на політику зайнятості, скорочення зайвої зайнятості (що часто виникає через неефективність використання трудових ресурсів) та сприяння створенню робочих місць новими ефективними конкурентами.

Конкурентна політика доповнює торговельну політику, промислові політики та регуляторну реформу. Вона спрямована на ведення бізнесу, що обмежує доступ до ринків та знижує реальну та потенційну конкуренцію, тоді як торговельна та промислова політика стимулює адаптацію до торгових та промислових структур з метою стимулювання зростання на основі продуктивності та реформування регуляторної політики, виключає внутрішнє регулювання, яке обмежує в'їзд та вихід із на ринках. Ефективна конкурентна політика також може підвищити довіру інвесторів та запобігти втраті торгівлі шляхом антиконкурентної практики. Таким чином, конкурентна політика може бути важливим фактором у підвищенні привабливості економіки для прямих іноземних інвестицій та максимізації їх переваг.

Серед основних завдань конкурентної політики можна визначити:

1. Недопущення:

- монополізації ринків товарів та послуг;
- зловживання ринковою владою з боку вже існуючих монополій;
- завищення цін на товари та послуги;
- обмеженості асортименту та зниження якості товарів та послуг;
- обмеження інновацій.

2. Сприяння розвитку конкурентного середовища на ринках товарів та послуг.

3. Подолання впливу “ тіньового ” сектора економіки.

Вирішальним завданням конкурентної політики є створення рівних умов для всіх суб’єктів господарювання у здійсненні підприємницької діяльності. Реалізація дієвої конкурентної політики забезпечує рівні умови здійснення підприємницької діяльності для всіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності. Цього неможливо домогтися без розвитку конкурентного середовища, що передбачає, зокрема: усунення бар'єрів доступу підприємців на окремі потенційно привабливі ринки, удосконалення правил надання послуг суб'єктами природних монополій та механізмів формування цін на них, упорядкування процесу надання платних послуг органами влади та наближеними до них структурами та ін. Чималого значення має забезпечення умов для ефективного функціонування національних товарних ринків. Необхідним є налагодження постійного моніторингу найважливіших ринків, стану конкуренції на них, вивчення реальних проблем попиту та пропозиції, що виникають на цих ринках. Державне втручання на монополістичних і олігополістичних ринках повинно бути активним і цілеспрямованим. Особливої гостроти набуває необхідність вжиття рішучих заходів з обмеження антиконкурентних дій на найбільш соціально важливих ринках (житлово-комунальних послуг, хліба, молока тощо).

Рис. 1.1 Мета та завдання конкурентної політики держави [3]

Мета і завдання конкурентної політики повинні бути поєднані з усім комплексом проблем соціально-економічного розвитку в Україні. Більшість питань у сфері конкурентної політики мають системний характер і потребують комплексних заходів та повсякденного контролю.

Л. Луць виділяє такі основні функції конкурентної політики:

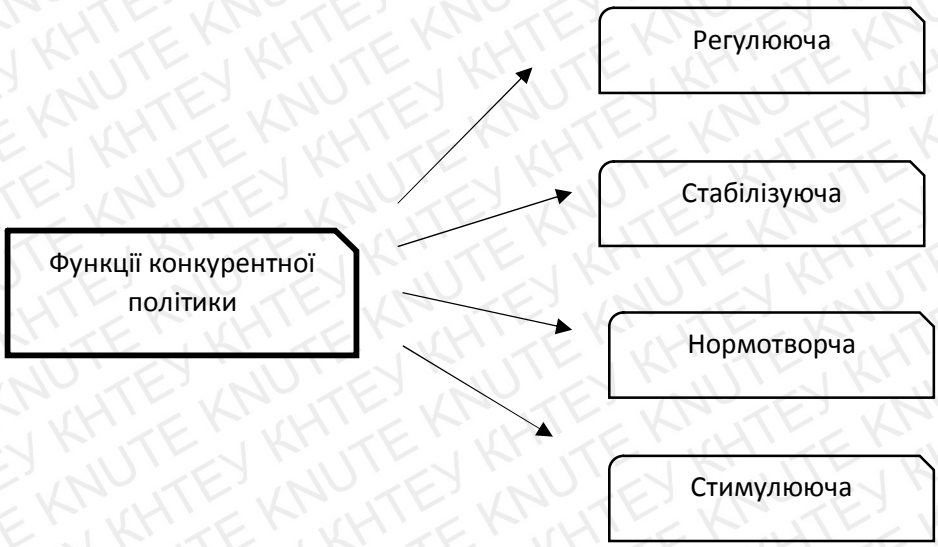


Рис. 1.2. Основні функції конкурентної політики держави [4]

Регулююча функція конкурентної політики полягає у тому, що вона здійснює регулювання поведінки економічних суб'єктів на ринку за допомогою прямих та непрямих економічних методів державного впливу.

Стабілізуюча функція полягає насамперед у стабілізації ринкової ситуації в рамках певного рівня допущення ринкової влади. Посилення стабілізуючих та обмежуючих заходів конкурентної політики супроводжується зростанням рівня стабільності ринкового становища (рівень ринкової влади не змінюється суттєво за невеликі інтервали часу).

Нормотворча функція конкурентної політики передбачає, що вона виступає основним інструментом розвитку антимонопольного законодавства держави.

Стимулююча функція конкурентної політики передбачає формування системи заходів та норм, які активізують економічних суб'єктів до зростання

рівня їх конкурентоспроможності та нарощування ринкового потенціалу в регламентованих межах.

На сьогоднішній день, забезпечення виконання конкурентної політики як і всьому світі, так і в Україні полягають переважно у заходах, спрямованих на попередження антиконкурентних дій, адже «хворобу легше попередити ніж лікувати». Ще однією причиною є те, що лише застосування примусових заходів недостатньо, адже вони є малоефективними та витратними.

Методу переконання в цьому контексті належить важлива роль як прийому превентивної дії, що стимулює учасників ринку до добровільного вчинення суб'єктом конкурентних відносин правомірних дій в інтересах держави [5, с. 155].

Метод переконання проявляється переважно у проведенні семінарів, конференцій, обміні досвідом, роз'яснень, взаємодії з експертами, навчань. Узагальнено, йдеться про адвокатування конкуренції – процес, що становить сукупність методів, засобів, прийомів, видів та форм так званого м'якого впливу контролюючих органів на суб'єктів конкурентних відносин.

В сучасному інструментарії конкурентної політики саме адвокатуванню конкуренції відводиться важлива роль як набору засобів впливу конкурентних органів держави, які спрямовані на зміцнення конкурентного середовища підприємницької діяльності та орієнтовані переважно на усвідомлення суб'єктами господарювання вигід конкуренції.

Необхідно зазначити, що адвокатування конкуренції як специфічний напрямок державного регулювання економіки з'явилось в кінці XX ст: в США у 1970-х роках, в Європі – 1980-х рр. На сьогодні цей напрям діяльності набрав значну популярність, особливо в країнах-учасниках ICN. [6, с.109]

Антимонопольний комітет України визначає адвокатування конкуренції як підтримку конкуренції за допомогою інших, ніж правозастосування заходів, зокрема, оцінка впливу на конкуренцію регуляторних актів та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи.[7]

За визначенням ICN, *адвокатування конкуренції* – це діяльність антимонопольних органів, яку спрямовано на зміцнення конкурентного середовища та економічної активності на ринку шляхом використання інструментів, які не належать до системи примусу щодо дотримання встановлених правил і орієнтовані, головним чином, на усвідомлення вигоди від конкуренції (у тому числі й через вплив на інші державні організації). [8, с.6]

С. Авдашева та А. Шастітко, трактують адвокатування конкуренції як «комплекс дій антимонопольного органу, спрямований на розвиток конкурентного середовища шляхом підвищення суспільного розуміння вигід конкуренції, а також його взаємодії з іншими державними структурами» [9, с.182-183].

Отже, адвокатування конкуренції включає всі дії антимонопольних органів, не пов'язані з примусом до виконання правил у сфері антимонопольного законодавства, а спрямовані на формування у суспільстві конкурентної культури [10, с.39]

Важливим аспектом адвокатування конкуренції у сфері здійснення державного контролю за узгодженими діями є надання висновків у формі *рекомендаційних роз'яснень* про відповідність дій суб'єктів господарювання основним положенням правового режиму узгоджених дій, а саме: статтям 6-10 Закону України «Про захист економічної конкуренції». [12]

Аналізуючи законодавчі приписи щодо рекомендаційних роз'яснень, можна виділити такі властивості останніх як:

а) профілактичність, тобто метою звернення учасників ринку до органів Комітету щодо надання таких роз'яснень є: – оцінка ризиків порушення законодавства у формі антиконкурентних узгоджених дій ще до укладення угоди, яка може бути визнана незаконною; а також – запобігання вчинення неправомірних дій;

б) диспозитивність, тобто для суб'єктів господарювання вони не є обов'язковими для виконання;

в) адресна індивідуальність – надаються виключно на запит суб'єкта господарювання і стосуються лише конкретних ситуацій; не можуть використовуватися як узагальнені інструкції чи рекомендації для правозастосування;

г) самодостатність джерел інформації, тобто рекомендаційні роз'яснення ґрунтуються винятково на поданих учасниками ринку відомостях, оскільки органи Комітету не зобов'язані детально досліджувати всі обставини конкретно представленого суб'єктом господарювання випадку.

Ще одним аспектом адвокатування конкуренції є *надання рекомендацій* суб'єктам господарювання, про що говориться у п.14 ст. 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України»: Комітет має повноваження надавати обов'язкові для розгляду рекомендації органам влади, суб'єктам господарювання щодо припинення дій чи бездіяльності, які містять ознаки порушення законодавства України про захист економічної конкуренції те усунення причин виникнення цих порушень та умов, що їм сприяють; [11]

Ст. 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції»: Комітет має право надавати рекомендації органам влади, суб'єктам господарювання стосовно припинення дій чи бездіяльності, які містять ознаки порушення законодавства України про захист економічної конкуренції, усунення причин виникнення цих порушень і умов, що їм сприяють, а у разі, якщо порушення припинено – щодо вжиття заходів для усунення наслідків цих порушень. [12]

Адвокатування конкуренції є особливим напрямом діяльності антимонопольних органів, а саме доповненням до правозастосовної діяльності з метою підвищення рівня поінформованості про принципи функціонування ринкової економіки як основи конкурентоспроможності країни. В сучасних умовах адвокатування конкуренції є одним із вирішальних чинників формування проконкурентної культури в українському суспільстві, передбачає налагодження ефективного і легітимного механізму взаємодії між державними органами і приватними структурами, проведення консультацій і обміну інформацією. Важливе значення при цьому має усвідомлення суб'єктами підприємницької

діяльності не тільки переваг ринкової конкуренції, але й своїх прав і обов'язків як суб'єктів конкурентних відносин .

Отже, адвокатування конкуренції включає всі дії антимонопольних органів, не пов'язані з примусом до виконання правил у сфері антимонопольного законодавства, а спрямовані на формування у суспільстві конкурентної культури.

Оскільки адвокатування конкуренції стосується розвитку різноманітних ринків, то й механізм реалізації адвокатування конкуренції повинен вирішувати проблеми, що виходять за межу компетенції окремого напряму державної політики. Тому засоби, що застосовуються у межах такого механізму, мають бути універсальними. Жоден з напрямів діяльності уряду не може претендувати на визначальну роль у механізмі досягання державою мети свого існування.

1.2. Об'єктивна необхідність захисту та адвокатування конкуренції в сучасній економіці

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин, адвокатування конкуренції не тільки є елементом активної конкурентної політики, а і виступає як інструмент створення правил розвитку конкуренції та конкурентного середовища. Ціллю такого інструмента є створення ефективної системи інформування учасників ринку про можливості використання антимонопольного законодавства для захисту їх прав, створення правозастосування в цій сфері, розширення кола об'єктів конкурентної політики, залучення учасників ринку до реалізації антимонопольних заходів, підвищення інтересу наукових та освітянських кіл до досліджень в сфері конкуренції.

Як зазначалось раніше, адвокатування конкуренції здійснюється для підвищення рівня знань про конкуренцію шляхом донесення інформації до основних цільових груп, використовуючи при цьому різний інструментарій. До основних цільових груп адвокатування конкуренції відносять: державні органи влади та органи суду, бізнес-асоціації та бізнес-групи, юристи, ЗМІ, громадські

та суспільні організації, науковці, міжнародні організації, заклади освіти та науки.

Українські науковці В. Клименко та Г. Лозова виділяють такий інструментарій адвокатування конкуренції (див. додаток Б) [13, с.66]

Науковці Т. Омельчак, Р. Попов, О. Чернелевська, В. Лагутін, Л. Головко, Ю. Крегул виділяють такі інструменти адвокатування конкуренції: економічні, адміністративні та правові. Однак, вони характеризують інструменти адвокатування конкуренції з позицій директивних напрямків регулювання конкурентного середовища.

Рис. 1.3. Інструменти реалізації адвокатування конкуренції

Адміністративно-правові інструменти передбачають використання переважно засобів адміністративного впливу та примусу на учасників ринку, що пов’язані безпосередньо з обмеженнями конкуренції та порушеннями антимонопольного законодавства. Використання даних інструментів характерне переважно для об’єктів адвокатування конкуренції, які стосуються антимонопольної практики господарювання.

Фінансово-економічні інструменти реалізації адвокатування конкуренції передбачають використання фінансово-економічних засобів в процесі організації впливу держави на розвиток конкурентного середовища. Дані інструменти використовуються в двох напрямках: 1) в напрямку стимулювання розвитку

конкуренції на окремих ринках та зростання рівня економічного потенціалу окремих суб'єктів господарювання, 2) в напрямку обмеження проявів недобросовісної конкуренції.

Соціальні інструменти носять переважно рекомендаційно-регулятивний характер. Ці інструменти найчастіше використовують переважно в сфері надання торговельних, ресторанних та туристичних послуг. Основним завданням при використанні даних інструментів є стимулювання економічного потенціалу окремих господарюючих суб'єктів та зростання рівня їх конкурентоспроможності, та рівня задоволеності суспільства їх діяльністю.

Важливо знати, наскільки використовуваний інструментарій впливає на ефективність та дієвість адвокатування конкуренції.

До основних показників ефективності адвокатування конкуренції можна віднести:

- частку порушень антимонопольного законодавства, що були усунуті без порушення справи, в загальній кількості виявлених порушень;
- кількість розроблених нормативно-правових документів з питань конкуренції за участі Антимонопольного комітету України;
- кількість проаналізованих на предмет відповідності конкурентному законодавству нормативно-правових актів державних та місцевих органів влади, та частка тих, в яких було враховано зауваження Антимонопольного комітету України, в загальній кількості розглянутих актів;
- кількість роз'яснень застосування законодавства про захист економічної конкуренції, інформування про результати діяльності Комітету та про справи, які розглядаються;
- кількість консультацій з відповідними приватними та громадськими організаціями (спільнотами підприємців та споживачів) для роз'яснення норм конкурентного законодавства та захисту їх прав;
- кількість публікацій в ЗМІ про діяльність Антимонопольного комітету України, інформування про порушення конкуренції та їх наслідки;

- кількість проектів соціальної реклами про важливість розвитку конкуренції в суспільстві;
- кількість проведених відкритих заходів (конференцій, круглих столів, симпозіумів), що спрямовані на розкриття ролі та значення конкуренції в економіці та роз'яснення діяльності Антимонопольного комітету України;
- кількість міжнародних відкритих заходів з обміну досвідом у сфері конкурентної політики та адвокатування конкуренції, в яких брали участь представники Антимонопольного комітету України, взаємодія з конкурентними відомствами інших країн, взаємодія з міжнародними організаціями.

Окрім того, важливим чинником, що впливає на рівень ефективності адвокатування конкуренції є розмір штрафних санкцій за порушення конкурентного законодавства. Адже, чим суттєвіший для суб'єкта накладений штраф, тим малоімовірніше здійснення порушень. Якщо штрафні санкції для економічного суб'єкта не є істотним, то він продовжуватиме здійснювати порушення, якщо це принесе йому вигоду.

До важливих факторів, які впливають на ефективність адвокатування конкуренції варто віднести також імідж та авторитет антимонопольного органу. Його діяльність має бути прозорою та відкритою.

Формування конкурентної культури в суспільстві та її розвиток також варто віднести до чинників підвищення показників ефективності. До характеристик сильної конкурентної культури належать активні пошуки споживачами кращих можливостей та готовність виробників працювати задля забезпечення більшої кількості та більш дешевих можливостей для споживачів. Конкурентна культура посилюється, якщо виробники розуміють правила конкуренції.

Адвокатування конкуренції через антимонопольні відомства створює серед економічних суб'єктів та громадськості в цілому кращу обізнаність стосовно переваг конкуренції і ролі конкурентного законодавства та конкурентної політики в захисті добробуту, посиленні конкуренції.

При цьому надзвичайне значення для створення конкурентної культури

має ефективна стратегія комунікації, яка покликана зробити конкурентну політику більш прозорою та зрозумілою.

Існує ще одна важлива складова адвокатування конкуренції, що розповсюджується не лише на органи державної та законодавчої влади, а також на економічних суб'єктів та суспільство у цілому. До неї відносяться всі зусилля антимонопольного відомства, спрямовані на те, щоб інші державні відомства, економічні суб'єкти та громадськість були обізнані щодо переваг конкуренції, ролі конкурентного законодавства і політики, яку воно може відігравати у сприянні та захисті добробуту, посиленні конкуренції. Це включає цілу низку заходів, серед яких слід виокремити:

- семінари для бізнесменів, юристів, суддів та науковців з питань конкуренції;
- прес-релізи та новини про поточні випадки правозастосування;
- публікацію річних звітів діяльності антимонопольного органу;
- економічні дослідження проблем конкуренції, включаючи вплив регулювання на ринки та галузі промисловості.

Розглянемо основні форми адвокатування конкуренції, які можуть використовуватися в рамках парадигми її розвитку (рис. 1.3)

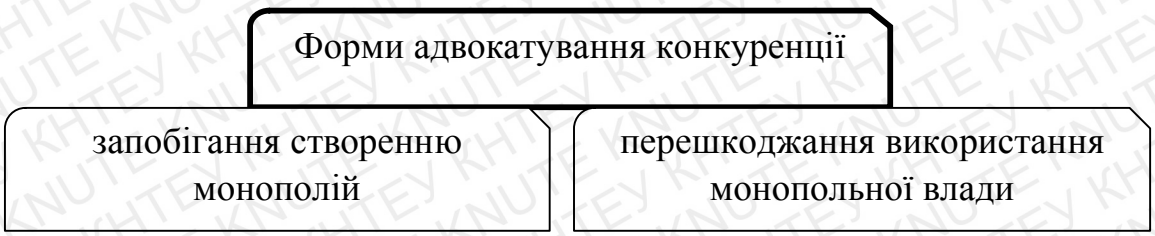


Рис. 1.4. Форми проведення адвокатування конкуренції

Законодавство країн Заходу діє в основному за допомогою першої форми. Це відбувається тому, що, на думку провідних зарубіжних спеціалістів значно легшим є недопущення виникнення монополії, аніж боротьба з вже існуючою.

Такими попереджувальними заходами є заборона об’єднань, а також змов, які призводять до обмеження виробництва й торгівлі – йдеться про заборону створення монополій будь-якого відомого виду. Також існує заборона на придбання акцій та інших активів підприємств конкурентів, якщо це веде до монополізації галузі та послаблює конкурентну боротьбу. Наприклад, у Японії з таких міркувань були заборонені холдингові компанії .

Поруч із заходами, що спрямовані на недопущення утворення монополій на ринках, існують також такі, які покликані боротися з уже існуючими фірмами, що можуть вважатися монополістами. Проти них застосовується високе оподаткування монопольних прибутків, контроль за цінами на продукти виробництва монопольних утворень, переведення монополій у державну власність, адміністративне покарання за порушення антимонопольного законодавства, здійснення демонополізації, розукрупнення монополій.

Механізм реалізації адвокатування конкуренції держави являє собою систему реалізації завдань адвокатування конкуренції шляхом формування певного інституційного-методологічного інструментарію впливу суб’єкта регулювання на об’єкт.

До суб’єктів адвокатування конкуренції належать органи державної влади, що забезпечують розвиток конкуренції, а саме:

1) Кабінет Міністрів (Парламент) – приймає законодавчі акти в сфері адвокатування конкуренції;

2) Президент – Формулює загальну стратегію адвокатування конкуренції на рівні держави; Підписує накази стосовно регуляторного впливу відносно окремих ринкових утворень чи ринків;

3) Антимонопольний комітет України – розробляє проекти законодавчих актів у сфері антимонопольного регулювання; розробляє та реалізує санкції за порушення антимонопольного законодавства; Контролює та відслідковує конкурентну ситуацію на ринках.

Об’єктом адвокатування конкуренції (рис. 1.5) є напрямки сприяння розвитку конкуренції та регулювання антиконкурентної діяльності, яка представлена певними формами узгоджених дій.

Розглянемо основні об’єкти адвокатування конкуренції.

Рис 1.5 Об’єкти адвокатування конкуренції в Україні

Основними об’єктами адвокатування конкуренції, яка сприяє розвитку конкурентного середовища, є наступні: забезпечення економічного зростання і конкурентоспроможності економіки, сприяння технічного прогресу, контроль за діяльністю монопольних суб'єктів, витіснення з ринку нерентабельних підприємств.

В процесі управління об’єктами сприяння розвитку економічної конкуренції визначальними є наступні умови :

- множинність продавців однорідної продукції, розвиток малого і середнього бізнесу;
- зацікавленість суб'єктів в підприємницькій діяльності, економічна свобода і повна самостійність у комерційній діяльності господарюючого суб'єкта, відсутність диктату з боку уряду (держави);

- наявність ринку нерухомості і землі, чітких правових норм, стійких грошової та фінансової систем, стимулюючої податкової, кредитної, цінової і зовнішньоторговельної політики;
- ліквідація бар'єрів для входу на ринок нових господарюючих суб'єктів;
- контроль запобігання монополістичної діяльності господарюючих суб'єктів і припинення проявів недобросовісної конкуренції;
- забезпечення вільного доступу до інформації про товари та ціни.

Попри існування та функціонування чинного законодавство в сфері регулювання економічної конкуренції, актуальною залишається проблема його дотримання та дієвості, а зокрема методологічного забезпечення реалізації конкурентної політики.

Ефективний механізм адвокатування конкуренції можливо сформувати лише через реалізацію основних сучасних пріоритетів розвитку конкурентної політики, більшість з яких є не дослідженими. Тому пошук основних пріоритетних напрямків адвокатування конкуренції та визначення шляхів його досягнення дасть змогу окреслити основні орієнтири покращення методологічної основи формування конкурентної політики.

Рис. 1.6. Сучасні пріоритетні напрямки реалізації адвокатування конкуренції України

На нашу думку, механізм адвокатування конкуренції в Україні на сьогодні може формуватись та реалізовуватись в розрізі 5-ти основних пріоритетних напрямків, що наведені на (рис. 1.6).

Таким чином, на основі вищевикладеного можна стверджувати, що додатковими пріоритетами адвокатування конкуренції є заходи, спрямовані на стимулювання розвитку конкуренції в монополізованих секторах національної економіки, зокрема через (рис. 1.7):

1) сприяння встановленню низького рівня концентрації, досягнення якого можливе за рахунок таких чинників: зниження бар'єрів входу на ринки; забезпечення відсутності економії на масштабах або кривої навчання в окремих галузях, відсутності переваг масштабу у відносинах з покупцями або постачальниками, негативного ефекту масштабу в певних суттєвих елементах; досягнення значної вартості запасів або нестійкого коливання збуту; забезпечення низького рівня накладних витрат при високих транспортних витратах; високий рівень диференціації продукту; забезпечення новизни в продукції; творчу працю, персональні послуги, імідж та контакти фірми; різноманітність ринкового попиту; місцеві норми регулювання та державну заборону концентрації;

Рис. 1.7. Додаткові напрямки реалізації механізму адвокатування конкуренції в Україні

2) удосконалення аналізу галузей і при цьому як вихідні дані необхідно аналізувати: виробничу спеціалізацію; споживачів та їх поведінку;

комплементарні та товари субститути; ринковий ріст; технологію виробництва та збуту; сегментацію ринку, методи маркетингу; інновації; стратегію, цілі, слабкі та сильні сторони конкурентів; соціальні, правові, політичні умови та макроекономічне середовище;

3) розширення джерел інформації за рахунок стимулювання видання довідників: за результатами досліджень ринків, які здійснюються консалтинговими фірмами; торгово-промислових палат та асоціацій; приватних та державних компаній тощо.

Отже, при розробленні методологічних засад адвокатування конкуренції варто враховувати уточнення базових понять, що використовуються при адвокатування конкуренції, таких як «монопольне становище», «домінуюче становище»; узгодження на законодавчо-нормативному рівні використання термінів «конкурентна політика» та «антимонопольна політика»; удосконалення методичної бази роботи Антимонопольного комітету України; оптимізацію функцій та повноважень державних органів, які беруть участь у формуванні та адвокатування конкуренції; удосконалення статистичного вивчення проблем монополізації та моніторингу стану конкуренції на товарних ринках. Реалізація конкурентної політики повинна здійснюватись з врахуванням моделі «структура - поведінка - результати діяльності». Поведінка наявних фірм може впливати на майбутню структуру через інвестування в наукові дослідження та розробки, що може зменшити собівартість продукції та витіснити тим самим з ринку конкурентів. Незалежно від механізмів адвокатування конкуренції як результат діяльності очікується підвищення ефективності функціонування ринків та технічний прогрес.

В сучасному інструментарії конкурентної політики саме адвокатуванню конкуренції відводиться важлива роль як набору засобів впливу конкурентних органів держави, які спрямовані на зміцнення конкурентного середовища підприємницької діяльності та орієнтовані переважно на усвідомлення суб'єктами господарювання вигід конкуренції

Адвокатування конкуренції здійснюється для підвищення рівня знань про конкуренцію шляхом донесення інформації до основних цільових груп, використовуючи при цьому різний інструментарій: міжвідомчі консультації, проведення громадських обговорень, розширення міжнародних зв'язків, використання досвіду зарубіжних колег, налагодження конструктивного діалогу між бізнесом та державою.

Адвокатування конкуренції через антимонопольні відомства створює серед економічних суб'єктів та громадськості в цілому кращу обізнаність стосовно переваг конкуренції і ролі конкурентного законодавства та конкурентної політики в захисті добробуту, посиленні конкуренції.

1.3. Формування проконкурентної культури в соціально-економічній політиці держави

Сучасна конкурентна політика України – це комплекс заходів, спрямованих, з одного боку, на попередження, обмеження та припинення зловживань монопольною владою та боротьбу з недобросовісною конкуренцією, з іншого, – на підтримку, захист і розвиток конкуренції. Незаперечним є наявність позитивного впливу сучасної ефективної системи конкурентних відносин на національну економіку в цілому. Процеси розроблення та реалізації конкурентної політики держави надано в додатку Г.

Ефективність конкурентної політики залежить від багатьох чинників, серед яких першочергове значення має правильний вибір її стратегічних цілей, які можна також назвати основними, вищими або кінцевими (неправильне визначення стратегічних цілей конкурентної політики спричиняє відповідні помилки щодо вибору її тактичних цілей та інструментів їх досягнення). Стратегічні цілі конкурентної політики відбивають її взаємозв'язок з іншими складовими економічної політики держави. Головна мета конкурентної політики двоєдина: по-перше, сприяння розвитку ефективної економічної конкуренції; по-друге, обмеження монополістичних зловживань в економіці. Поточна

конкурентна політика через здійснення послідовних щоденних дій на товарних ринках реалізує більш конкретні або тактичні цілі. Проміжні цілі конкурентної політики досягаються шляхом регулювання змінних в економічній системі на річних часових інтервалах [14,с.29].

Однією з стратегічних цілей формування конкурентної політики України є розробка і формування конкурентної культури. Вперше питання про культуру в економіці поставив ще А. Сміт, який зазначав, що економічне життя глибоко прижилося в соціальному, і його неможливо зрозуміти окремо від звичаїв, уподобань і підвалин суспільства – інакше кажучи, окремо від його культури. [15.] При дослідженні впливу культури суспільства на його економічне життя проблемою виступає саме визначення культури, оскільки воно є надзвичайно широким. Економічна культура – це система економічних цінностей суспільства, в якій закарбовано нормативний канон «людини економічної», що визначає особливості економічної соціалізації. [16]

Конкурентна культура є специфічною формою економічної культури. А. Шастітко та С. Авдашева трактують визначення конкурентної культури виходячи із загального визначення культури та економічної культури: конкурентна культура – це створення різними групами у суспільстві переваг і вигід, пов'язаних із захистом та розвитком конкуренції та втілених у системі цінностей, у неформальних правилах [17]

На думку Г. Филюк, конкурентна культура – це елемент конкурентної політики держави, яка відображає рівень обізнаності всіх членів суспільства щодо ролі конкуренції у підвищенні добробуту суспільства та проявляється в у ступені дотримання всіма суб'єктами господарювання законодавчих та морально-етичних норм, чесних звичаїв щодо своїх контрагентів, держави, суспільства в цілому. [18] Г.Филюк наголошує, що необхідність ґрунтовного дослідження проблеми формування конкурентної культури актуалізується в умовах глобалізації економіки. Ще більш гостро це питання постало в період масштабної економічної кризи, яка у 2008-2009 рр. охопила не тільки економічну, а й соціальну та політичну сфери більшості країн світу. В умовах

значного спаду виробництва флуктуаційні процеси в усіх сферах суспільного буття радикальним чином змінюють культурні цінності, а значить, і мотивацію поведінки. Загострення конкурентної боротьби на тлі загального спаду виробництва стимулює суб'єктів підприємницької діяльності не тільки до підвищення власної ефективності на основі використання передових техніки і технологій, модернізації виробництва, підвищення якості та розширення асортименту продукції, зниження собівартості та цін на власну продукцію.

Отже, термін «конкурентна культура» ще не знайшов широкого використання у категоріальному апараті економічних, юридичних і навіть соціальних наук. А. Голота вважає, що «конкурентна культура» це поняття, у якому відображені, з одного боку, ступінь розвитку конкурентних відносин у суспільстві, а з іншого боку, рівень поінформованості його членів щодо вигід конкуренції для окремого ринку і економіки в цілому, необхідності і позитивних наслідках застосування антимонопольного законодавства, доцільності утримання від антиконкурентних узгоджених дій [19] Крім того, культура конкуренції, що формує та підтримує умови для розвитку добросовісної конкуренції на ринку, передбачає соціально-активну поведінку суб'єкта господарювання на ринку, що призводить до перерозподілу прибутків і спрямування частини з них на реалізацію соціальних завдань суб'єктами господарювання (благочинність, соціальні проекти), що в кінцевому випадку призводить до зниження соціальної напруги в суспільстві та формування цивілізованих взаємовідносин між споживачами та товаровиробниками. З іншого боку, держава створює умови для формування та захисту добросовісної конкуренції шляхом формування правових та організаційних засад захисту від проявів недобросовісної конкуренції, демпінгу, недружніх дій з боку окремих суб'єктів господарювання та держав. Система цих заходів складається з: нормативного регулювання; контролю за станом ринку і дотриманням її учасниками встановлених державою правил щодо забезпечення економічної конкуренції з метою запобігання порушенням, відновлення стану ринку в разі

порушення зазначених правил і вжиття відповідних заходів до порушників [20 , ст.17]

Істотний влив на формування культури конкуренції в господарській діяльності мають сформовані в соціумі чесні, добрі звичаї, звичаї ділового обороту, правила корпоративної та підприємницької етики, що враховують історичні, соціальні та ментальні особливості сприйняття та оцінки явищ об'єктивної дійсності представниками української нації.

Визначальне завдання конкурентної культури полягає у підвищенні знань економічних агентів, державних органів управління, органів судової влади і суспільства в цілому про переваги розвитку конкуренції і про ту роль, яку може відіграти конкурентна політика для розвитку і підтримки конкуренції в умовах глобалізації, а також переконанні економічних агентів дотримання морально-етичних норм і цінностей у процесі ведення конкурентної боротьби. Дослідники в галузі конкуренції відзначають низький рівень конкурентної культури у країнах із трансформаційною економікою, до яких ще й досі відносять Україну [19]. Це зумовлено традиціями економічного розвитку, коли учасники ринку пов'язують вигоди не з рівними можливостями використання ресурсів, а з перерозподільчою активністю держави, тобто, з результатами не антимонопольної, а промислової політики. Відповідно, саме у трансформаційних економіках конкурентні органи мають акцентувати увагу на розвитку уявлень про конкуренцію, її перевагах серед споживачів та господарюючих суб'єктів. Створення умов для конкуренції є найважливішим завданням держави. При цьому більшість фахівців в області захисту конкуренції вважають , що адвокатування конкуренції має бути пріоритетним напрямком у порівнянні навіть з напрямком з припинення правопорушень. Ми поділяємо точку зору, що адвокатування конкуренції означає організацію комунікації з метою просування принципів конкуренції та виступає доповненням до правозастосування.

Конкурентна культура відображає спосіб, яким фірми, споживачі та державний сектор діють у певних ринкових ситуаціях, і на них впливають кілька чинників, включаючи законодавство та його реалізацію, ринкові умови, норми та цінності, є основним визначальним фактором реальної інтенсивності конкуренції в економіці (рис. 1.8)

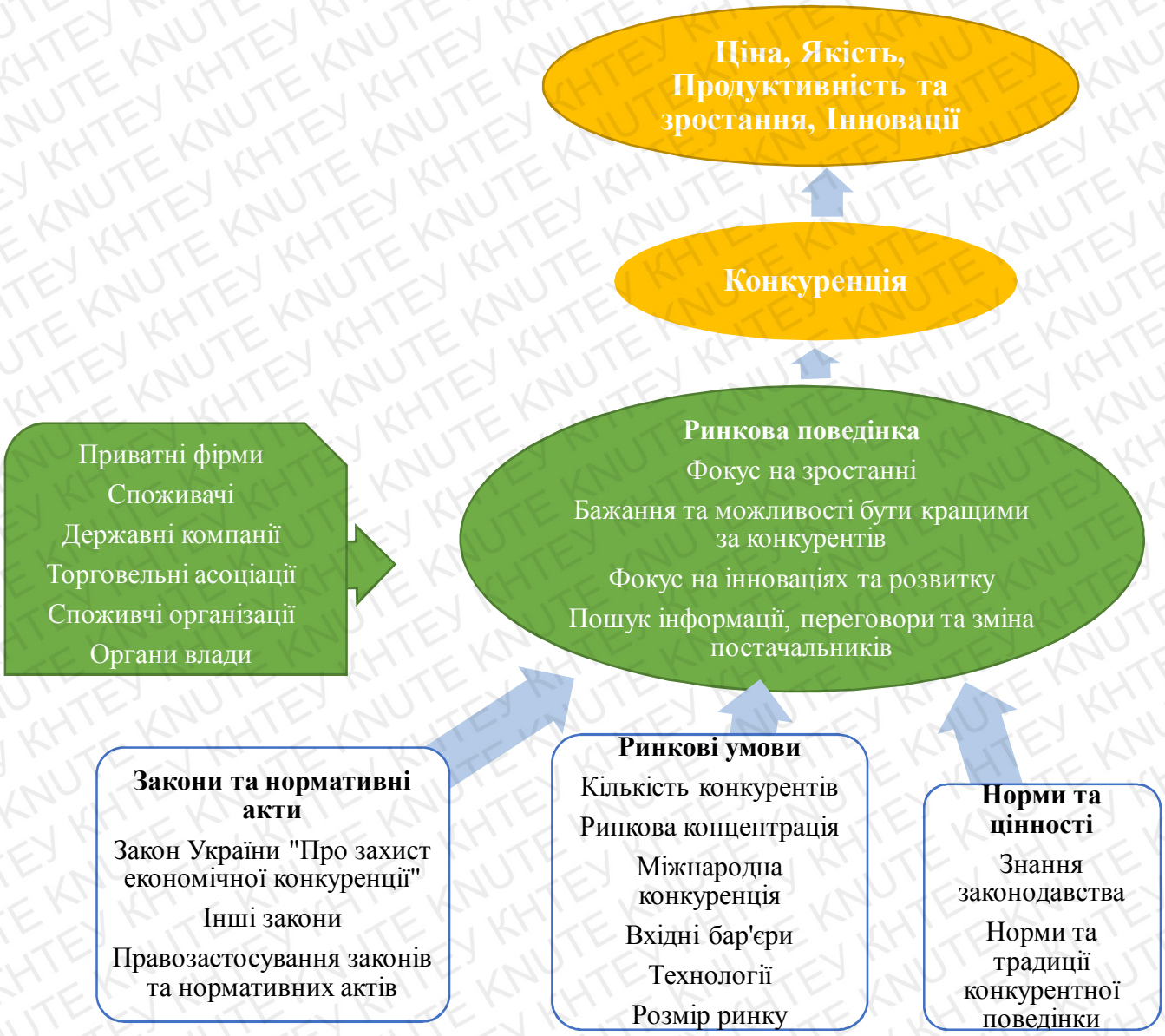


Рис. 1.8 Конкуренція та конкурентна культура. Джерело: побудовано автором на основі [21]

Конкуренцію також можна посилити шляхом підвищення впливу державного сектора на конкуренцію та регулювання споживчої політики, що збільшує можливості споживачів вибирати найкращі та найдешевші рішення.

І навпаки, закони та правила можуть також обмежувати конкуренцію. Це стосується правил, які обмежують можливості та стимули до конкуренції.

На конкуренцію можуть впливати *ринкові умови* на конкретних ринках, де відбувається змагання. На ринках з обмеженою кількістю конкурентів конкуренція часто буде слабшою, ніж на ринках з багатьма конкурентами. На деяких ринках необхідні великі інвестиції, перш ніж нові фірми зможуть вступити та брати участь у змаганні. Транспорт, витрати на пошук та інші видатки можуть відрізнятись між ринками та тим самим створювати відмінності в поведінці споживачів.

Конкурентна поведінка як фірм, так і споживачів також частково визначається *традиціями, нормами та цінностями*. Споживачам та іншим покупцям може бракувати бажання вести переговори або змінювати постачальника, щоб зробити вигіднішу за ціною покупку. Поведінка фірм може бути пов'язана з традиціями в індивідуальній фірмі або в галузі, або з цінностями та нормами, які можуть стати бар'єрами для більш конкурентоспроможної поведінки. До *учасників* конкурентної культури входять споживачі, державні та приватні виробників, владні структури, торговельні асоціації та споживчі організації. До покупців включають приватних споживачів та фірми, які купують товари або послуги інших компаній та використовують їх як матеріали для власного виробництва. Органи конкурентної влади та споживчі кооперації встановлюють правила, яких повинні дотримуватися фірми, що працюють на ринку. Інші державні органи влади також можуть впливати на конкурентну культуру через різні форми регулювання. Ділові та споживчі організації також впливають на конкурентну культуру. Наприклад, торговельні асоціації допомагають створити основу як для діалогу, так і для поведінки фірм, що працюють у тій же галузі, так і для діалогу між бізнесом та владою.

Конкурентна поведінка на економічних ринках охоплює багато аспектів. Фірми дотримуються різних стратегій. Деякі фірми можуть дотримуватися стратегії завжди встановлювати нижчі ціни, ніж конкуренти, тоді як інші фірми вирішують не брати участь у ціновій конкуренції. У деяких ринкових ситуаціях між покупцем і продавцем може бути встановлений лояльний взаємозв'язок, внаслідок чого покупець і продавець не обговорюють умови, а відносини між покупцем і продавцем на інших ринках можуть бути більш короткостроковими, оскільки клієнти є більш мобільними. У деяких фірмах зниження доходів призведе до спроб зменшити витрати або розробити нові проекти, тоді як інші фірми підвищать ціни.

Конкурентна культура відображає всі ці чинники їх взаємну взаємодію.

Важливим аспектом формування про конкурентної культури в соціально-економічній політиці держави є удосконалення конкурентного законодавства в аспекті інтеграції в європейський економічний простір. Двостороннє співробітництво у галузі конкурентної політики має всі підстави для подальшого поглиблення і розвитку, оскільки воно, як правило, базується на засадах обопільної довіри, близькості інтересів і традицій, більш детальних правових нормах. Крім того, у світі ще не досягнуто і у найближчому майбутньому не передбачається досягнення консенсусу щодо відповідних юридичних та економічних принципів, необхідних для розробки глобальної угоди. На противагу цьому переваги і досягнення у сфері розвитку двостороннього співробітництва є реальними і очевидними.

АМКУ розвиває міжнародне співробітництво у застосуванні конкурентного законодавства. Закон України «Про АМКУ» дозволяє АМКУ брати участь у міжнародних проектах та програмах та співпрацювати з міжнародними організаціями, конкурентними органами інших держав та неурядовими організаціями з питань, що стосуються конкурентного законодавства та політики. Частина друга статті 22 Закону України «Про АМКУ» явно уповноважує АМКУ обмінюватися інформацією, зокрема з обмеженим доступом, з компетентними органами інших держав за умови, що

інформація буде використовуватися тільки для належних потреб і не буде розголошуватися. АМКУ також може запитувати та отримувати таку інформацію від інших органів див. додаток Г [22]

АМКУ уклала численні двосторонні та багатосторонні угоди про співробітництво та бере участь у діяльності різних міжнародних організацій у сфері конкурентної політики. АМКУ має двосторонні угоди з Грузією, Азербайджаном, Вірменією, Латвією, Словаччиною, Угорщиною та Болгарією, які забезпечують: 1) повідомлення про антиконкурентні дії або діяльність щодо забезпечення дотримання закону в одній країні, якщо це зачіпає інтереси іншої країни; 2) обмін інформацією про конкретних суб'єктів господарювання, які є об'єктом розслідування та справ (за умови дотримання конфіденційності); та 3) координацію дій у випадку, коли сторони ведуть розслідування щодо тих самих суб'єктів господарювання, дій або транзакцій. Деякі з цих угод також включають положення, яке дозволяє одній стороні звертатися до іншої сторони з проханням розслідувати дії, які були вчинені в межах її географічної юрисдикції, якщо ці дії впливають на ринки в юрисдикції тієї сторони, яка робить запит. Менш широкі угоди, що передбачають спільні консультації щодо загальної політики та обмін аналітичним і технічним досвідом були укладені між АМКУ та Білоруссю, Болгарією, Чеською Республікою, Францією, Угорщиною, Литвою та Польщею .

На сьогодні чинними у є наступні міжурядові договори про співробітництво у галузі конкуренції:

1. Договір між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації про співробітництво в галузі конкуренції від 13.07.2000 р. [Договір між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації «Про співробітництво в галузі конкуренції»: [23]

2. Договір між Кабінетом Міністрів України та Урядом Грузії про співробітництво в галузі конкурентної політики від 17.07.2002 р. [Договір між Кабінетом Міністрів України та Урядом Грузії про співробітництво в галузі конкурентної політики:[24].

3. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Азербайджанської Республіки в галузі конкурентної політики від 28.08.2002 р. [25].

4. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Вірменської Республіки в галузі конкурентної політики від 11.05.2004 р. [Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Вірменської Республіки в галузі конкурентної політики: [26].

Аналіз даних угод дає підстави стверджувати, що співробітництво в сфері конкурентної політики на досить низькому рівні, оскільки дані угоди містять лише загальні положення і дуже мало конкретики. По-друге, доцільно було б укласти подібні угоди з сусідніми державами, зокрема тими, що є вже членами ЄС і таким чином забезпечити їхню підтримку, а також підвищити можливості адаптації вітчизняного законодавства до законодавства ЄС.

З метою розвитку професійного співробітництва при розгляді справ про порушення конкурентного законодавства Антимонопольний комітет України уклав такі міжвідомчі угоди про співробітництво в галузі конкуренції :

1. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Антимонопольним відомством Австрійської Республіки від 22.10.2009 р. [27]

2. Угода про співробітництво між Міністерством підприємництва та інвестицій Республіки Бєларусь та Антимонопольним комітетом України 18.02.1997р. [28]

3. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Комісією з питань захисту конкуренції Республіки Болгарія від 12.12.2007 р. [29]

4. Угода між Антимонопольним комітетом України та Радою з питань конкуренції Латвійської Республіки про співробітництво у галузі конкурентної політики від 29.04.2005 р. [30]

5. Угода про співробітництво між Державним відомством з питань конкуренції та захисту прав споживача Литовської Республіки та Антимонопольним комітетом України 18.02.1997 р. [31]

6. Угода про співробітництво між Антимонопольним комітетом України і Президентом Відомства з питань конкуренції та захисту прав споживачів Республіки Польща від 05.06.1997р. (внесено зміни 17.12.2007р.) [32].

7. Меморандум про співробітництво між Антимонопольним комітетом України та Радою з питань конкуренції Румунії від 18.11.2010 р. [33].

8. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Антимонопольним відомством Словацької Республіки від 30.03.2007 р. [34].

9. Угода про співробітництво в галузі конкурентної політики між Антимонопольним комітетом України та Агентством з економічної конкуренції Угорської Республіки від 27.01.2006 р. [35].

10. Угода про співробітництво між Антимонопольним комітетом України і Міністерством економічної конкуренції Чеської Республіки 19.12.1994 р. [36].

Аналіз вищеперелічених угод підтверджує попередньо зроблені висновки про декларативних характер даних угод та меморандумів. Вдосконалення законодавства про міжнародне співробітництво повинно передбачати перегляд даних документів, внесення необхідних змін, а в деяких випадках пере підписання. Ще одним фактором неефективності даного нормативного забезпечення є ще й той факт, що ці угоди дещо застаріли, а тому не відображають реально необхідних методів та механізмів співробітництва в сучасних умовах. Зокрема, необхідно також враховувати той факт, що світова фінансова криза 2008-2010 рр. кардинально змінила підхід до ведення бізнесу, а отже і до конкуренції. На зміну конкурентної політики в високо розвинутих країнах також впливає надзвичайно висока активність Азіатських країн та посилення їхньої ролі на міжнародній арені.

Необхідним на наш погляд також звернути увагу на адвокатування конкуренції, оскільки саме цей новий напрям зараз активно розвивається в світі, а отже, може бути предметом угоди про співробітництво з іншими країнами світу.

Таким чином, зробимо висновок про те, що важливим чинником стимулювання розвитку національної економіки є створення ефективної системи конкурентних відносин, адаптованої до умов сьогодення. Розроблення та реалізація конкурентної політики має бути у центрі уваги органів державної влади, які регулюють соціально-економічний розвиток країни. Створення та розвиток ефективного конкурентного середовища повинно бути серед пріоритетів діяльності не тільки АМКУ, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, а також й інших центральних органів управління, обласних та міських державних адміністрацій. У межах конкурентної політики має забезпечуватися ефективний зв'язок між органами державної влади з питань конкуренції та органами влади, що здійснюють регулювання у різних секторах економіки. Покращення конкурентних відносин в Україні значно підвищить рівень конкурентної культури.

Загальними напрямами розвитку глобальної системи регулювання конкуренції В Україні є: подальше активне формування конкурентного середовища, вдосконалення конкурентної політики, адвокатування конкуренції, забезпечення конкурентної культури, активізація соціального партнерства. Що стосується міжнародного співробітництва, то зазначимо, що співробітництво на підставі спеціальних двосторонніх угод з іноземними конкурентними відомствами повинно набути нового поштовху. Доцільно удосконалити існуючі угоди, а нові заключати з урахуванням необхідності їх спрямування на практичне використання цих угод при розгляді порушень міжнародного характеру, а також при формуванні чи зміні конкурентної політики як щодо внутрішніх суб'єктів господарювання, так і до іноземних партнерів чи конкурентів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНІ

2.1. Особливості адвокатування конкуренції в Україні

Адвокатування конкуренції є особливим напрямом діяльності антимонопольних органів, а саме доповненням до правозастосовної діяльності з метою підвищення рівня поінформованості про принципи функціонування ринкової економіки як основи конкурентоспроможності країни. Його специфіка полягає у використанні непримусових механізмів цілеспрямованої взаємодії зазначених відомств з іншими органами влади, бізнес-спільнотою, й, загалом, з громадськістю. Експерти наголошують на існуванні тісного, та взаємопосилюючого зв'язку між правозастосуванням та адвокатуванням конкуренції: дієвість правозастосування може бути посилена активним адвокатуванням (наприклад, роз'яснення відповідальності за порушення конкурентного законодавства) і, навпаки, адвокатування буде менш ефективним за відсутності правозастосовних повноважень.

Адвокатування конкуренції перебуває у площині зіткнення цілей багатьох політик: промислової, зовнішньоекономічної, регіональної, інвестиційної та інших, оскільки його важливим напрямом є співробітництво з органами державної влади, відповідальними за реалізацію загальнонаціональної економічної політики держави, шляхом роз'яснення завдань щодо необхідності завершення демонополізації економіки, забезпечення проконкурентного характеру реформування сектору природних монополій, створення умов для розвитку конкурентного середовища. Крім того, конкурентні органи за допомогою послідовного процесу впливу адвокатування на державну політику в контексті зниження вхідних бар'єрів на ринок можуть ефективно сприяти розвитку дерегулювання та лібералізації торговельної політики, що є важливим в умовах глобалізації. Тобто, адвокатування конкуренції може бути ефективним механізмом проведення реформ, зокрема, у сфері конкурентної політики та права. Варто звернути увагу на точку зору В. Лагутіна, який відносить

адвокатування конкуренції до однієї зі складових управління в сфері економічної конкуренції (за таким критерієм як зміст роботи органів управління) [37]

Для забезпечення ефективного адвокатування конкуренції антимонопольним органом в країні мають бути створені щонайменше три головні засади:

1. Достатність ресурсів. Дефіцит ресурсів – найбільш поширена проблема з якою стикаються конкурентні органи як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються.

2. Незалежність конкурентного органу від політичного впливу з боку уряду та інших органів влади. Цей чинник є надзвичайно важливим не тільки у площині здійснення правоохоронної функції, але й допомагає створити позитивний імідж та авторитет антимонопольного органу серед потенційних порушників конкурентного законодавства.

3. Набуття конкурентним органом авторитету ефективного та неупередженого суб'єкта адвокатування конкуренції: цей чинник випливає з попереднього. Репутація антимонопольного органу повинна поширюватись на суб'єктів господарювання, громадськість, державний сектор. Як відзначає Х. Дженнінгс: «Репутація або «…репутація конкурентного відомства розбудовується значною мірою на основі правозастосування, і ця репутація істотно пов'язана з його впливом як захисника на будь-яких форумах…» [38]

В Україні створені законодавчі підвалини для такої діяльності. Зокрема, це стаття 20 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» стосовно зобов'язань органів влади погоджувати з Антимонопольним комітетом України проекти нормативно-правових актів та інших рішень, які можуть вплинути на конкуренцію. [11] Проте, відсутні належні достатні організаційно-інституційні механізми для забезпечення узагальнення та аналізу відповідних заходів, реалізованих АМКУ як основного суб'єкта у сфері адвокатування конкуренції.

АМКУ, відповідно до чинного законодавства уповноважений збирати, аналізувати та оприлюднювати інформацію про стан та розвиток конкуренції в державі. Основна ціль такої діяльності полягає у визначенні того, яким чином

конкуренція впливає як на розвиток внутрішнього ринку в цілому, так і на функціонування окремих галузей товарних ринків.

Окрім того, Комітетом проводяться конференції, семінари, громадські слухання, публікуються звіти про результати досліджень. Зокрема, у 2017 році було проведено 35 днів відкритих дверей, організовано проведення круглих столів, конференції, семінари (94 заходи). Ключовою метою таких дій є обговорення існуючих проблемних питань у сфері захисту конкуренції, запобігання порушення законодавства про захист економічної конкуренції, роз'яснення його норм, врахування думки громадськості та бізнесу для подальшої розробки нормативно-правових актів у сфері конкуренції.

До того ж, при Комітеті існує Громадська рада, до складу якої входять представники 50 інститутів громадського суспільства. На засіданнях Ради розглядаються важливі для розвитку конкуренції питання, зокрема, проекти нормативно-правових актів, розроблених Комітетом.[39, с.6]

Важливим є розширення цільової аудиторії адвокатування. Крім бізнесу та дорослих громадян необхідно залучати студентство, учнів шкільних навчальних закладів, що сприятиме формуванню проконкурентної свідомості серед молоді на стадії навчання.

Взаємодія зі ЗМІ, постійне висвітлення діяльності регулюючого органу як на власному сайті, так і на зовнішніх новинних порталах країни допомагає покращити обізнаність громадян стосовно конкуренції. У минулому, 2017 році Комітетом було опрацьовано 242 запити ЗМІ, з яких 108 запитів інтернет-видань, 81 запит телеканалів, 42 запити друкованих ЗМІ та 11 запитів радіостанцій.

До того ж, Комітетом будо впроваджено якісно новий контент-моніторинг інформаційного простору у сфері захисту економічної конкуренції, реалізація якого дала змогу підвищити ефективність роботи відомства та сприяла переходу від прийняття окремих рішень до вироблення комплексного підходу.

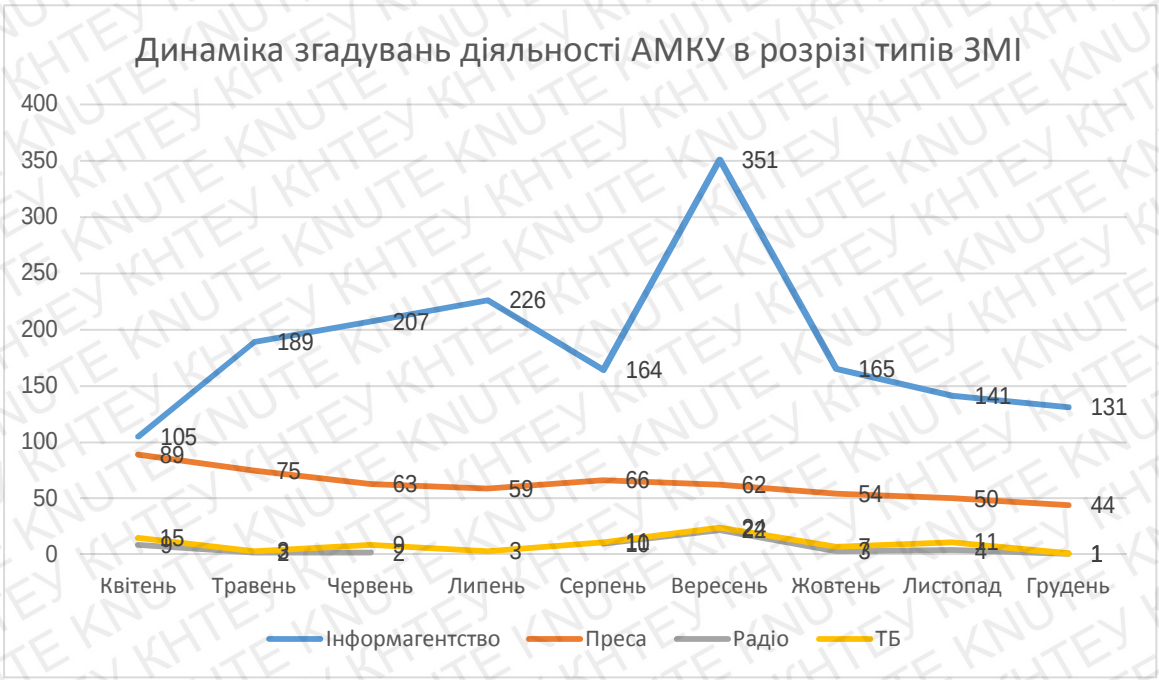


Рис 2.1 Динаміка згадувань діяльності Комітету за 2017 рік. Джерело: побудовано автором за [40]

Велика увага була приділена роботі з соціальними мережами – Facebook та Twitter. Кількість читачів офіційної сторінки Комітету у 2017 році зросла більше ніж на тисячу і становила 4 446. На 10.11.2018 кількість фоловерів сторінки АМКУ на Фейсбук становить 5 438, що свідчить про неабиякий інтерес суспільства до роботи відомства.

Щодо оцінки діяльності антимонопольного органу стосовно адвокатування, необхідно визначити цілі оцінювання та найбільш відповідну методологію для вимірювання ефективності адвокатування.

На жаль, в Україні відсутня методологія оцінювання адвокатування конкуренції, тому, для прикладу розглянемо модель оцінювання адвокатування конкуренції в США, що була розроблена Федеральною Торговою Комісією США. Перший варіант моделі оцінювання був підготований у 2007 році. Ця модель давала змогу визначити, якою мірою програма з адвокатування ФКТ впливає на прийняття політичних рішень в країні. Проте, замість того, щоб сконцентрувати зусилля на аналізі результатів адвокатування чи оцінити витрати бюджету на відповідні заходи, оцінка була зосереджена на прагненні відомства вплинути передусім на формування державної економічної політики.

Оскільки це призводило до плутанини, система оцінювання була переглянута та представлена в новому вигляді у 2011 році. Наразі вона включає в себе наступні параметри оцінювання:

- проведення громадських слухань, конференцій і семінарів, оцінка їх впливу на суспільну свідомість;
- кількість опублікованих звітів та досліджень з питань конкуренції за результатами проведення моніторингу товарних ринків;
- кількість практикумів, семінарів, конференцій, слухань, організованих чи співорганізованих ФКТ, які містять питання, пов'язані з конкуренцією;
- подання зауважень і рекомендацій з адвокатування конкуренції в органи влади, відомства чи суди;
- обсяг трафіку на сайті Комісії, пов'язаний з конкуренцією, дослідженням конкуренції, звітами та адвокатуванням;
- частка респондентів, які визнали «пропагандистські» коментарі з адвокатування та записки ФКТ «корисними».[41]

Така система оцінювання може бути адаптована для роботи Антимонопольного комітету України. Це дасть змогу органу оцінити результати своєї діяльності, визначити слабкі сторони в реалізації заходів з адвокатування конкуренції.

2.2. Ефективність регулювання економічної конкуренції АМК Україні

Антимонопольне законодавство встановлює правила поведінки на ринку, захищає підприємця від антиконкурентних дій з боку конкурентів, сприяє формуванню ринкового середовища. Основним змістом сучасного етапу антимонопольної політики в Україні є захист уже створеного конкурентного середовища, підвищення ефективності функціонування існуючих конкурентних

відносин. Це призвело до трансформації антимонопольної політики держави у конкурентну політику, а антимонопольного законодавства - в конкурентне законодавство, тобто систему заходів держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захисту законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва.

Сьогодні добросовісна економічна конкуренція природно сприймається загалом як один із визначальних чинників створення соціально орієнтованої ринкової економіки. Починаючи з 1994 року, результати реалізації антимонопольної політики дозволили перейти від проблем демонополізації економіки в цілому до концентрації зусиль щодо вирішення проблем подолання монополізму на окремих ринках, а також розв’язання питань відносно зняття адміністративних бар’єрів, які заважають подальшому розвитку конкуренції. З’явилась необхідність у перенесенні акцентів антимонопольної політики на розвиток, підтримку та захист конкуренції. Проконкурентні принципи знайшли своє відображення у конкретних заходах, при здійсненні яких було враховано пропозиції Антимонопольного Комітету, а саме: забезпечення прозорості приватизаційних процесів, створення цілісної системи позавідомчого регулювання суб’єктів природних монополій, скасування цілісної системи позавідомчого регулювання суб’єктів природних монополій, скасування невиправданих пільг, наданих державою окремим підприємствам, суттєве вдосконалення системи управління державним майном.

Важливим елементом роботи Антимонопольного комітету щодо розвитку конкурентних відносин є контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції та припинення виявлених порушень. Комітет має право ухвалювати обов’язкові для виконання підприємствами та органами влади рішення про припинення порушень конкурентного законодавства, може

забороняти або дозволяти узгоджені дії на ринку, накладати на порушників правил чесної конкуренції штрафи чи застосовувати інші санкції.

У 2017 році до Антимонопольного комітету України надійшло 6401 заяви та звернення з приводу порушень законодавства про захист економічної конкуренції.

Таблиця 2.1

Кількість заяв, отриманих Антимонопольним комітетом України, та проведених перевірок

Рік / Одиниць	2016	2017
Надійшло заяв	**6 741**	**6401**
Розглянуто заяв	**4775**	**4767**

Із загальної кількості припинених порушень 2435 у 2017 році, шляхом прийняття рішень про застосування передбаченої законом відповідальності припинено 1151 (47%) та 1284 (53%) шляхом надання рекомендацій органами Антимонопольного комітету. Так, розмір сплати штрафів та пені в 2017 році становив 340,6 млн. грн. та перевищив більш ніж в 10 разів розмір 2016 року. Розмір економічного ефекту внаслідок вжиття Комітетом заходів із припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції, зокрема попередження неправомірних втрат і витрат юридичних та фізичних осіб у 2017 році становив 2561,1 млн. грн., що у 1,8 разів більше, ніж у 2016 році. Серед порушень чинного законодавства найбільша кількість -795 (33%) припадала на зловживання монопольним становищем. Це ринкова влада, яка дає суб'єкту господарювання можливість диктувати свої умови і отримувати додатковий прибуток або інші переваги, пов'язані не з підвищенням ефективності діяльності, а саме з цим положенням. Визначення монопольного (домінуючого) становища здійснюється відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» та Методики визначення монопольного (домінуючого) становища

суб'єктів господарювання на ринку (затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05 березня 2002 року №49-р).

Для розуміння специфіки різних видів зловживань монопольним становищем важливою є структура монополізованих товарних ринків. За даними Антимонопольного комітету, в Україні найбільш монополізованими є ринки природних монополій, комунальних послуг, продукції фондомістких галузей (металургія, хімія, нафтохімія, металообробка). Саме на таких ринках найчастіше відбуваються порушення конкурентного законодавства.

Вагомим негативним чинником у розвитку ринкових відносин в економіці є неправомірні дії органів влади, які встановлюють перешкоди на шляху розвитку підприємництва. Втручання владних органів у економічні процеси, дуже поширене явище, навіть у країнах із розвиненою економікою, що часто призводить до зниження рівня конкуренції. Внаслідок надмірного втручання державних органів у підприємницьку діяльність спотворюється конкуренція, виникають перешкоди нормального функціонування ринкових механізмів. Зміст антимонопольних вимог до діяльності органів влади та управління полягає у недопустимості і забороні їх обмежувальної та дискримінаційної діяльності стосовно суб'єктів господарювання, а саме прийняття ними будь-яких актів (рішень, наказів, розпоряджень, постанов тощо), які призвели або можуть призвести до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції. Відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» (ст..15), дискримінація суб'єктів господарювання не допускається. Серед всіх порушень антимонопольного законодавства антиконкурентні дії органів влади у 2017 році становили 610 (25%). Найбільшу частку цих порушень становили дії чи бездіяльність, які призвели до недопущення, усунення, обмеження чи спотворення конкуренції (ч.1 ст.15).

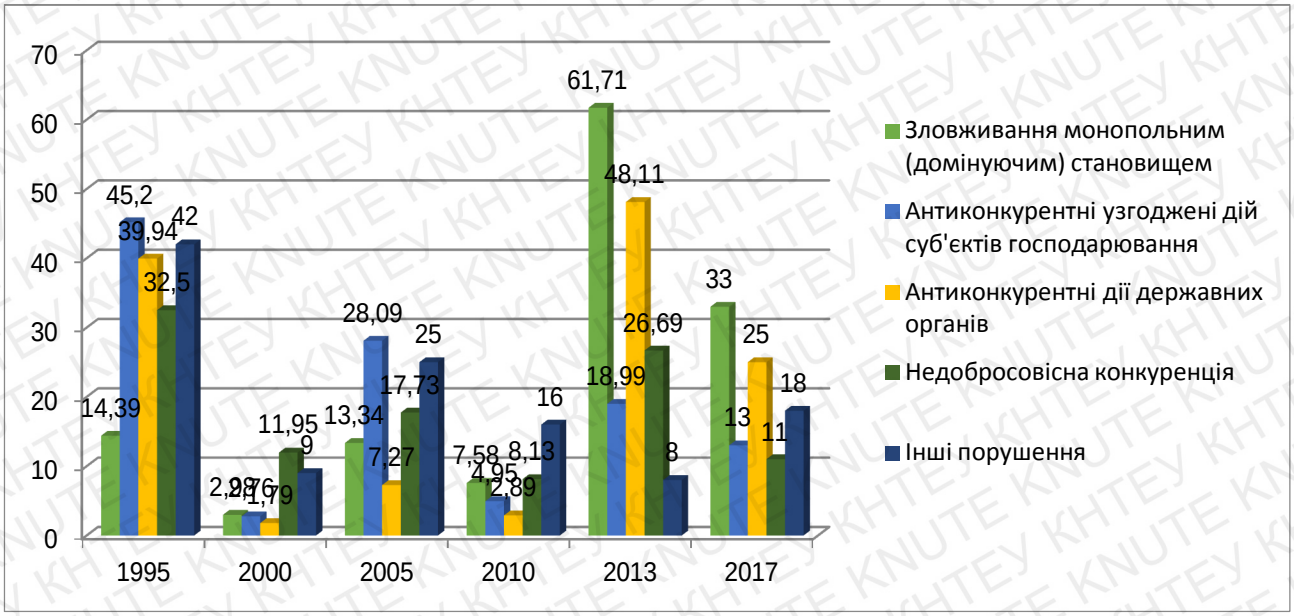


Рис. 2.2. Структура порушень законодавства про захист економічної конкуренції, припинених Комітетом
у 1995 - 2017 роках, %. Джерело: побудовано автором за [40]

Із розвитком ринкових відносин дедалі більшу небезпеку становлять антиконкурентні змови між підприємцями. Законом України «Про захист економічної конкуренції» (ст.6) визначено, що антиконкурентні узгоджені дії – це узгоджені дії, які призвели чи можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції. У 2017 році таких порушень було виявлено 317 (13%). Антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів підприємницької діяльності є дуже складним для розслідування видом порушень конкурентного законодавства, їх важко виявити, а ще важче – довести. З цієї причини в структурі припинених Антимонопольним комітетом порушень питома вага такого виду справ є незначною. Всього 317 справ (13%) було розглянуто у 2017 році. Найбільше порушень було виявлено по п.4ч.2 ст.6 Закону України «Про захист економічної конкуренції» - спотворення результатів торгів, конкурсів, тендерів.

Одним із пріоритетних напрямів створення ефективного конкурентного середовища в національній економіці держави є боротьба з недобросовісною конкуренцією.

Законодавство про захист від недобросовісній конкуренції є частиною конкурентної політики. Воно захищає товарні ринки та гарантує споживачам можливість вибору продавця. За умов, коли продавці застосовують елементи недобросовісної конкуренції, що дозволяє їм посісти привабливіше місце на ринку, істотно зменшується конкуренція. При цьому має місце значна ймовірність підвищення цін і зниження якості. Частка справ про недобросовісну конкуренцію у загальній кількості справ, розглянутих АМКУ у 2017 році становила 256 (11%). Найбільше порушень було виявлено по ст..15 Закону України «Про захист економічної конкуренції» - поширення інформації, що вводить в оману (208 справ).

Антимонопольний комітет України, забезпечуючи захист економічної конкуренції на ринках України, приділяв увагу тим ринкам, які мають найбільший вплив на добробут громадян. (див. табл. 2.2)

Основними ринками, на яких виявлені порушення законодавства про захист економічної конкуренції, були ринки житлово-комунального господарства (14,58 відсотка)агропромислового комплексу (10,54 відсотка усіх порушень), , паливно-енергетичного комплексу (10,6 відсотка), охорони здоров'я (7,39 відсотка), транспорту (9,36,0відсотка), будівництва та будівельних матеріалів (4,76 відсотків).

Комітет проводить послідовну політику щодо поступової переорієнтації своєї діяльності на припинення вагомих порушень законодавства, які мали суттєві негативні наслідки для конкуренції чи споживачів. Припинення таких порушень потребує підвищення розмірів штрафних санкцій, що спостерігається в практиці Комітету протягом останніх років.

Протягом 2017 року на порушників законодавства про захист економічної конкуренції було накладено штрафи у загальному розмірі 1803,2 млн грн. (рис. 2.3)

Таблиця 2.2

Структура порушень законодавства за галузями

Ринок	Антиконкурентні дії суб'єктів господарювання (%)		Зловживання монопольним становищем (%)		Антиконкурентні дії органів влади (%)		Недобросовісна конкуренція (%)		Всього разом з іншими (%)	
	2013	2017	2013	2017	2013	2017	2013	2017	2013	2017
АПК	21,92	10,09	4,01	4,28	2,25	5,25	46,57	29,3	13,11	10,64
ЖКГ	0,58	0,32	28,6	36,23	11,4	7,38	0	0	15,25	14,58
ПЕК	13,5	11,36	12,12	24,28	2,98	0,66	1,39	0,39	7,61	10,6
Охорона здоров'я, лікарські засоби та медичні засоби	3,19	6,62	8,18	9,43	0,89	6,39	13,07	15,23	6,63	7,39
Будівництво та будівельні матеріали	9,58	12,94	0,38	0,63	0,78	0,98	3,76	3,13	2,46	4,76
Транспорт	2,47	5,99	5,47	9,81	2,2	13,28	4,41	7,03	4,0	9,36
Обслуговування та ремонт автомобілів	0,73	0,63	3,18	0	0	0	1,31	1,17	1,68	0,25
Послуги землевпорядкування та послуги з нерухомістю	1,16	0,63	2,99	2,52	2,3	4,92	0,41	1,56	2,08	2,71
Зв'язок та телекомунікації	0,29	0,63	0,45	1,01	0,05	0,33	0,9	3,13	0,4	1,03
Інші ринки	45,27	49,84	15,59	5,27	6,16	14,42	27,85	38,67	20,17	24,02
Всього	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

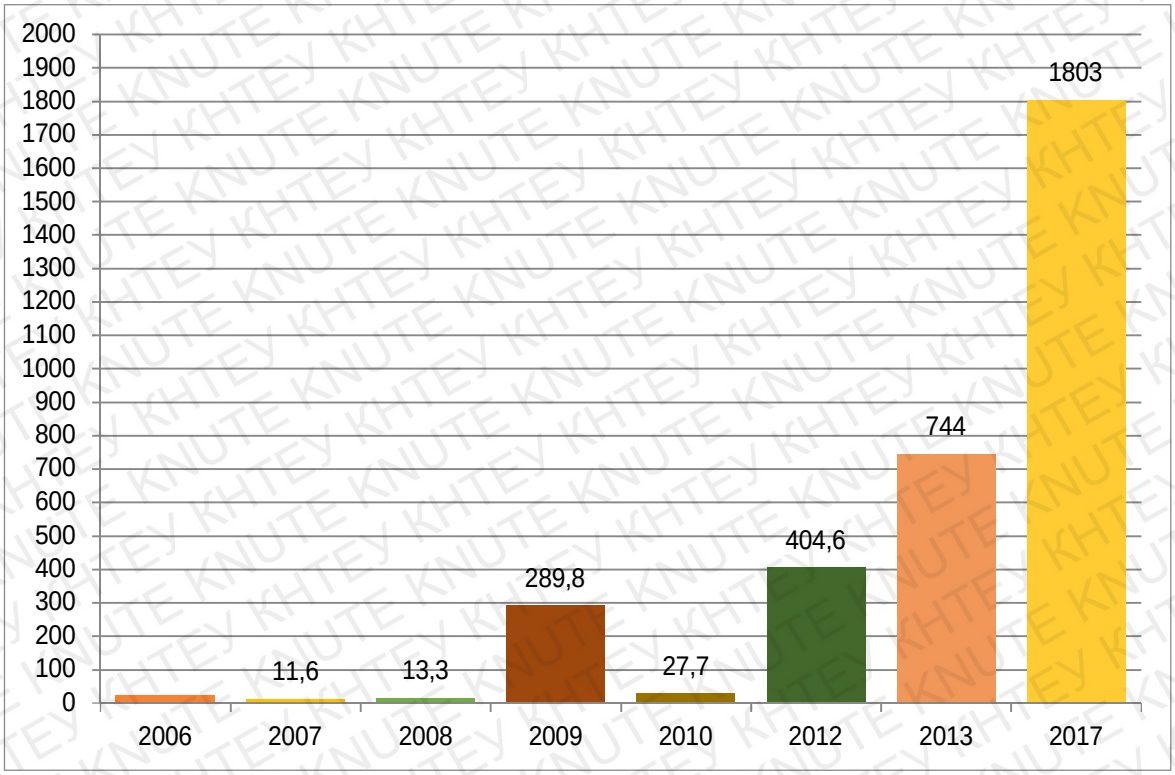


Рис. 2.3. Штрафи, накладені органами Комітету на порушників у 2006 – 2017 роках, млн грн. Джерело: складено автором за [40]

Із загального розміру штрафних санкцій, застосованих у 2017 році, майже 1684,6 млн грн накладено за порушення у вигляді антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання, майже 41,0 млн грн – за порушення у вигляді зловживань монопольним (домінуючим) становищем, понад 50,5 млн грн – за порушення у вигляді недобросовісної конкуренції та майже 27,2 млн грн – за порушення інших видів.

Найбільші штрафні санкції були накладені:

- 1371,3 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання, що стосуються спотворення результатів аукціонів з продажу нафти сирої та газового конденсату, - на ПАТ «Нафтопереробний комплекс Галичина», ПАТ «Транснаціональна фінансово-промислова нафтова компанія «Укртатнафта», ТОВ «Торговий дім «Прикарпаттянафтотрейд», ТОВ «Котлас», ТОВ «Галнафта», ТОВ «Гарант-УТН» (у загальному розмірі);

- 139,09 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання на ринках лікарських засобів Sanofi – на ТОВ «Санофі-Авентіс Україна»; ТОВ СП «Оптіма-Фарм, Лтд» і ТОВ «БаДМ» (у загальному розмірі);
- 81,54 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання, що стосуються спотворення результатів торгів на закупівлю послуг з днопоглиблювальних робіт – на ТОВ «Техноморгідрострой Миколаїв»; ТОВ «Іріда» і ПП «Інфлот-Данубіус-Ейджєнсі» (у загальному розмірі);
- 37,75 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання, що стосуються спотворення результатів торгів на закупівлю послуг поточного ремонту доріг в містах Одеса, Чернівці, Миколаїв, Кілія та з поточного ремонту автомобільної дороги загального користування державного значення Н-03 Житомир-Чернівці та автомобільної дороги державного значення Р-46 Харків-Охтирка – на ТОВ «Будівельна компанія «Дорлідер», ТОВ «Будівельна компанія «Дорсервіс» і ТОВ «Південьдортех» (у загальному розмірі);
- 22,98 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання, що стосуються спотворення результатів торгів на закупівлю експлуатаційних днопоглиблювальних робіт – підчистка дна від наносів на внутрішній акваторії морського порту «Южний» - на ТОВ «УКРЗВ'ЯЗОКГІДРОБУД» та ТОВ «ЛІГОС УФ» (у загальному розмірі;
- 21,31 млн грн у справі про поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих, неповних, неточних відомостей щодо тарифікацій вихідних дзвінків – на ПрАТ «Київстар»;
- 19,47 млн грн у справі про поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих, неповних, неточних відомостей щодо тарифікацій вихідних дзвінків – на ТОВ «лайфселл»;
- 12,78 млн грн у справі про зловживання монопольним становищем на ринку спеціалізованих послуг аеропорту «Бориспіль» - на ДП «МА «Бориспіль»;

- 7,01 млн грн у справі про поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей: позначень грузинською мовою, прапора Республіки Грузії, позначень «100% GEORGIAN WINE», «Грузія», «грузинский», «грузинские традиции», «грузинские вина» (мовою оригіналу) тощо, яка може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання вин ТОВ «Камянка Глобал Вайн» як грузинських вин – на ТОВ «Камянка Глобал Вайн»;
- 7,38 млн грн у справі про антиконкурентні узгоджені дії суб'єктів господарювання, що стосуються спотворення результатів торгів на закупівлю акумуляторів електричних та частин до них (акумуляторних батарей до пасажирських вагонів, акумуляторів та акумуляторних батарей до тягового рухомого складу, акумуляторів автоблокувальних) – на ТОВ «Харківський акумуляторний завод «ВЛАДАР» і ТОВ «Новобуд-Інвест» (у загальному розмірі);
- 5,37 млн грн у справі про зловживання монопольним становищем на ринку послуг, пов'язаних з обслуговуванням (обробкою) вантажних транспортних засобів, без оплати яких заїзд в Одеський морський торговельний порт є неможливим – га ТОВ «Євротермінал». [40]

Важливим напрямом діяльності АМК України є здійснення контролю за концентрацією та узгодженими діями, основною метою якого є запобігання монополізації ринків та суттєвим обмеженням конкуренції на них. У грудні 2017 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту економічної конкуренції та удосконалення процедур контролю за концентрацією суб'єктів господарювання» №2195- VIII, яким вносяться зміни до Закону України «Про захист економічної конкуренції» та до Закону України «Про санкції» з метою недопущення надання дозволів на концентрацію суб'єктів господарювання за участю осіб, до яких застосову.ться санкції, на різних етапах розгляду заяв та справ про концентрацію, для запобігання фактичній легітимізації придбань та злиттів за участю підсанкційних осіб.

У 2017 році Антимонопольним комітетом України розглянуто 666 заяв про надання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання, що майже на 32 відсотки менше, ніж у 2013 році. Графічно на рис. 2.4 проілюстровано динаміку розглянутих Комітетом заяв про надання дозволу на концентрацію, за період 2012-2017 рр.

При цьому, найпопулярнішим ринком серед наданих комітетом дозволів на концентрацію є ринок сільськогосподарської продукції, що становить 25,7% (155) дозволів, від загальної частки дозволів , а також ринки машино- та приладобудування, що становить 14,6% (88 дозволів) та ринки будівництва, нерухомості та будівельних матеріалів.

Обсяг розглянутих заяв

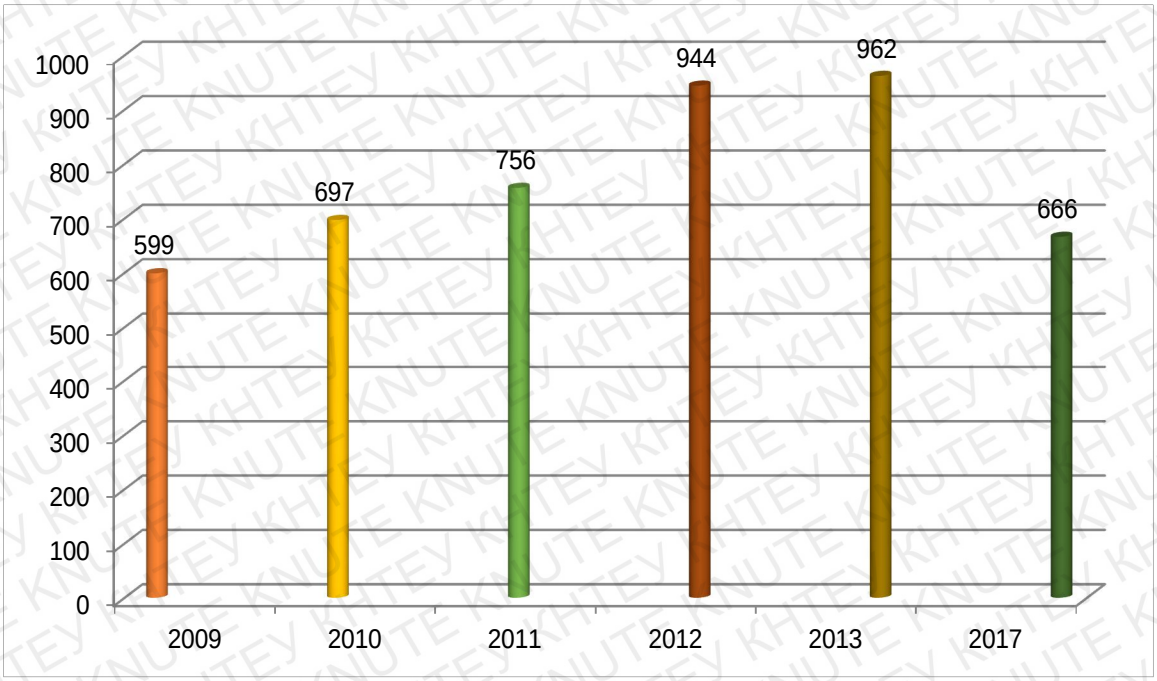


Рис. 2.4. Обсяг заяв, про надання дозволу на концентрацію, розглянутих АМК України, впродовж 2009-2017 рр. Джерело: складено автором за [40]

У 2017 році міжнародна діяльність Комітету спрямовувалась на розширення співробітництва з іноземними конкурентними відомствами і міжнародними організаціями. Використання на національному рівні набутого ними позитивного досвіду у сфері розвитку та захисту конкуренції, обмін практичним та теоретичним досвідом – головна мета такої взаємодії.

У звітному році продовжено співробітництво Антимонопольного комітету України з Конференцією ООН з питань торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), зокрема, в частині здійснення ЮНКТАД Огляду конкурентного законодавства та політики України, розпочатого у 2012 році.

Головним напрямом міжнародної діяльності Антимонопольного комітету України стало поглиблення професійних та ділових стосунків з інституціями, що опікуються питаннями конкуренції в інших країнах світу.

Антимонопольний комітет України активно співпрацює з Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), зокрема, беручи участь в Глобальному форумі з питань конкуренції, який належить до найбільш представницьких щорічних міжнародних подій в галузі конкуренції, та використовуючи в роботі аналітичні і методичні матеріали ОЕСР. Послідовно здійснюється робота з набуття Україною статусу спостерігача в Комітеті ОЕСР з питань конкуренції.

АМК України підтримує відносини співробітництва з Конференцією ООН з питань торгівлі і розвитку. Зокрема, з перегляду всіх аспектів комплексу узгоджених на багатосторонній основі справедливих принципів та правил для контролю за обмежувальною діловою практикою. У 2017 році Комітетом продовжено активну роботу в межах участі у діяльності Комітету з конкуренції Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).

Комітетом опрацьовано автентичний переклад тексту Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Після врахування в документі пропозицій, наданих Комітетом, документ було погоджено без зауважень. Також Комітетом опрацьовано та погоджено проект Угоди між Україною та Європейським Союзом і його державами - членами про Спільний авіаційний простір.

В межах цих проектів технічної допомоги Комітету надано, зокрема, підтримку у вдосконаленні конкурентного законодавства, рекомендації щодо подальшої його адаптації до правил конкуренції ЄС, рекомендації з покращення функції підтримки конкуренції, допомогу у розробленні Загальнодержавної програми розвитку конкуренції в Україні на 2014 – 2024 роки, рекомендації з

підготовки законодавства про державну допомогу та стосовно інституційного розвитку та навчання працівників Комітету. Також обговорено питання інституційного забезпечення регулювання окремих секторів та загальних методів правозастосування у галузі конкуренції, здійснено обмін досвідом у методології розслідувань антиконкурентних узгоджених дій, економічних методів виявлення порушень законодавства про захист економічної конкуренції, а також виявлення узгоджених дій під час застосування процедур державних закупівель.

Таким чином, проаналізувавши діяльність Антимонопольного комітету України нами проведено оцінку рівня конкурентного середовища на основі аналізу ринку мобільного зв'язку та телекомунікацій, оцінено рівні монополізації в розрізі укрупнених видів діяльності. Результати роботи буде використано наступному розділі при дослідженні ринку.

2.3 Регулювання економічної конкуренції АМКУ на прикладі ринків мобільного зв'язку та телекомунікацій.

Кожний вид ринку відзначається власною специфікою: відрізняються за асортиментом вироблені товари/надані послуги; різні виробники, постачальники; склад споживачів; різний розмір підприємств, що здійснюють фінансово-господарську діяльність, різні структури ринку, характер розвитку конкурентних відносин між економічними контрагентами. Оскільки, як зазначалося вище, в кожний конкретний момент часу на ринкових просторах у національній економіці одночасно присутні як конкурентні, олігопольні так і монопольні структури, з точки зору розгортання конкурентних відносин, доцільно проаналізувати в яких умовах суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність на прикладі конкурентного та олігопольного ринків. Під час проведеного аналізу, припускаємо, що основною метою здійснення господарської діяльності суб'єктами господарювання є максимізація ними власних прибутків, а географічні межі ринку є загальнодержавними.

У випускній кваліфікаційній роботі проведено аналіз рівня економічної

конкуренції на ринку мобільного зв’язку та телекомунікацій. Дослідження ґрунтується на основні показників ринкової концентрації, які широко застосовуються у світовій практиці антимонопольної діяльності, а саме: коефіцієнт ринкової концентрації (нечутливий до варіантів розподілу часток на ринку), індекс Херфіндаля-Хіршмана (враховує як чисельність фірм, так і нерівність їх розподілу на ринку), індекс ентропії (вимірює ступінь деконцентрації ринку та невпорядкованість розподілу часток), та індекс Джині (кількісна інтерпретація кривої Лоренца).

Як відомо, світовою тенденцією останніх років є переважання сфери послуг над виробничою у складі реального сектору економіки, що зумовлено, в основному, процесами глобалізації. Саме сфера послуг в країнах ОЕСР забезпечує 70% всій зайнятості, й чим вище ВВП країни на душу населення, тим вище частка зайнятості саме в сфері послуг. Значення ринку послуг зв’язку як елемента економічної діяльності та фактора економії часу та простору у відновлювальному процесі значно зростає в умовах ринкової економіки [42]. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) розглядаються як один із важливих напрямів для розвитку країни в межах реалізації загальнонаціональної стратегії [43].

Розподіл ринкових часток між учасниками ринку послуг мобільного зв’язку України наведено на рис. 2.5, найвпливовішими серед них є компанії: ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «МТС Україна» (Vodafone).

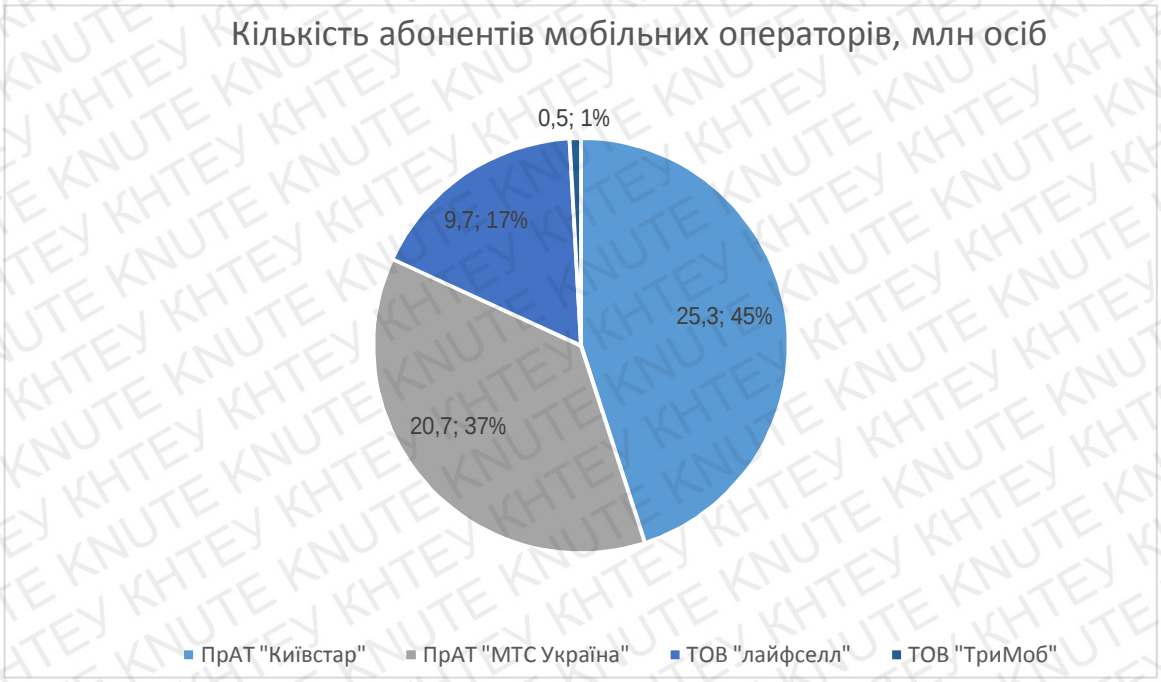


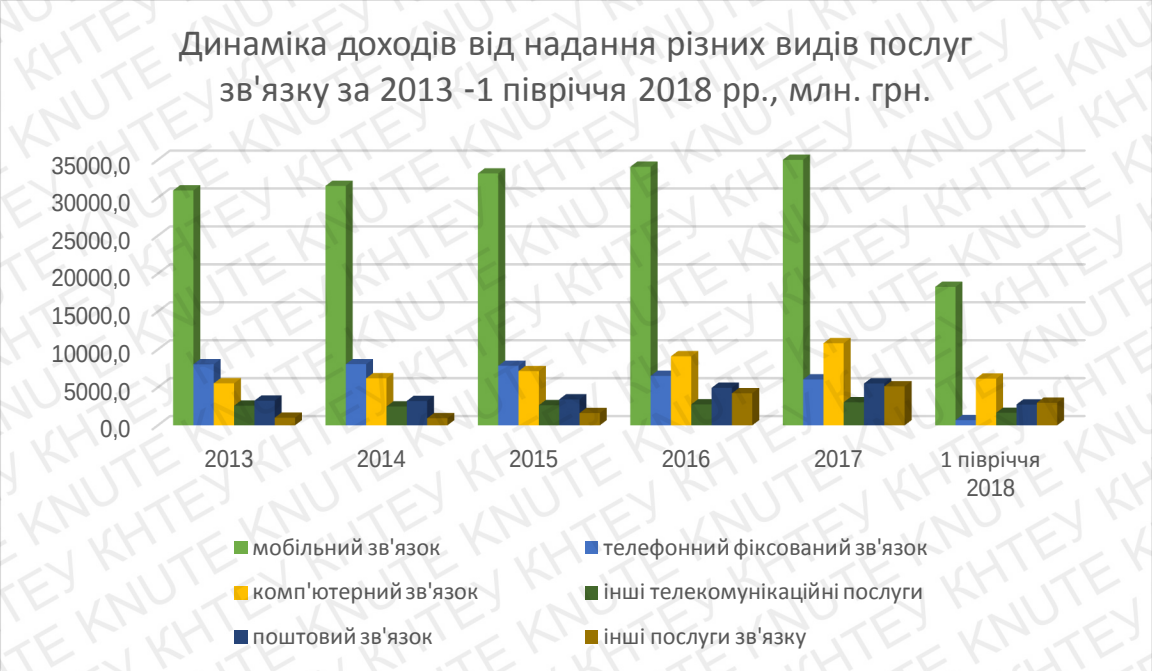
Рис. 2.5 Структура ринку мобільного зв'язку в Україні [44]

Аналізуючи дані звітів Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, можна дійти висновку відносно динамічного розвитку конкурентних відносин учасників, про що свідчить перерозподіл ринкових часток учасників конкурентних відносин на даному ринку з існуванням тенденції до зменшення ринкової частки компанії ПрАТ «Київстар» на користь основних конкурентів ПрАТ «МТС Україна» (Vodafone) та ТОВ «Lifeccel» та одночасного витіснення з ринку частки інших учасників. [45]. Отже, на практиці підтверджується думка, що «в основі утворення олігополії знаходиться механізм ринкової конкуренції, який з невідворотною силою витісняє з ринку слабкі підприємства шляхом їх банкрутства, або поглинання та злиття з сильними конкурентами».

Розподіл переважної більшості ринкової частки між 3-4 учасниками конкурентних відносин обумовлюється головним чином тим, що внаслідок конкурентної боротьби за споживача оператори повинні пропонувати абонентам нові послуги, що потребує інновацій та відповідно значних вкладень в НДКР [46 , с. 3]

Обмежена кількість учасників ринку сприяє виникненню між ними різного роду домовленостей, дотримання котрих забезпечить найбільш ефективне їх функціонування на ринку з точки зору інтересів олігополіста, проте

їх вплив на стан економічної конкуренції на ринку, як правило, є шкідливим. Дійсно, на практиці для антимонопольних органів однією з найбільших проблем є питання «свідомого паралелізму», коли засади діяльності підприємства та рівень їх цін є однаковими, проте точні дані щодо об'єднання фірм або таємної змови між ними відсутні. Досліджуваний ринок стрімко розвивається, про що свідчить щорічне збільшення обсягу доходів від надання послуг (рис 2.6).



	Мобільний зв'язок	Телефонний фіксований зв'язок	Комп'ютерний зв'язок	Інші телекомунікаційні послуги	Поштовий зв'язок	Інші послуги
2013	30965,9	8053,1	5532,8	2583,3	3242,4	1005,1
2014	31566,3	8057,8	6190,4	2476,5	3215,8	927,3
2015	33205	7845,1	7144,3	2656,9	3426,0	1618,0
2016	34077,1	6518,4	9101,8	2768,7	4944,3	4231,2
2017	36216,6	6046,7	10817,9	3045,0	5520,9	5137,3
1 пів. 2018	18248,9	677,2	6155,4	1647,5	2747,3	2973,9

Рис 2.6 Динаміка доходів від надання різних видів послуг зв'язку за 2013 – 1 півріччя 2018 рр., млн грн. Джерело: побудовано автором на основі [47]

За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, доходи від реалізації послуг зв'язку за І півріччя 2018 року склали 34 824,3 млн. грн, що на 10,7% (або на 3 374,9 млн. грн) більше, ніж за аналогічний період минулого року, при цьому доходи від надання телекомунікаційних послуг у порівнянні з аналогічним періодом минулого року

збільшилися на 9,3 % і склали 32 077,0 млн. грн., їх питома вага у загальних доходах галузі зв'язку становить 92,1%. [47]

Доходи від надання послуг мобільного та комп'ютерного зв'язку демонструють збільшення протягом останніх 5 років. За прогнозами, ця тенденція збережеться і за результатами 2018 року. Саме ці два види телекомунікаційних послуг займають лідируюче місце в загальній структурі доходів від надання різних видів послуг зв'язку – 70% в сумі.

Доходи від надання послуг телефонного фіксованого зв'язку невпинно зменшуються. У 2017 році вони становили 6046, 7 млн грн, а за перше півріччя 2018 лише 677, 2 млн грн. Якщо така тенденція збережеться, за 2018 рік доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку становитимуть приблизно 1354 млн грн, що майже у 6 разів менше результатів 2017 року.

Структуру телекомунікаційної галузі визначає ринок мобільного зв'язку (рис 2.7)

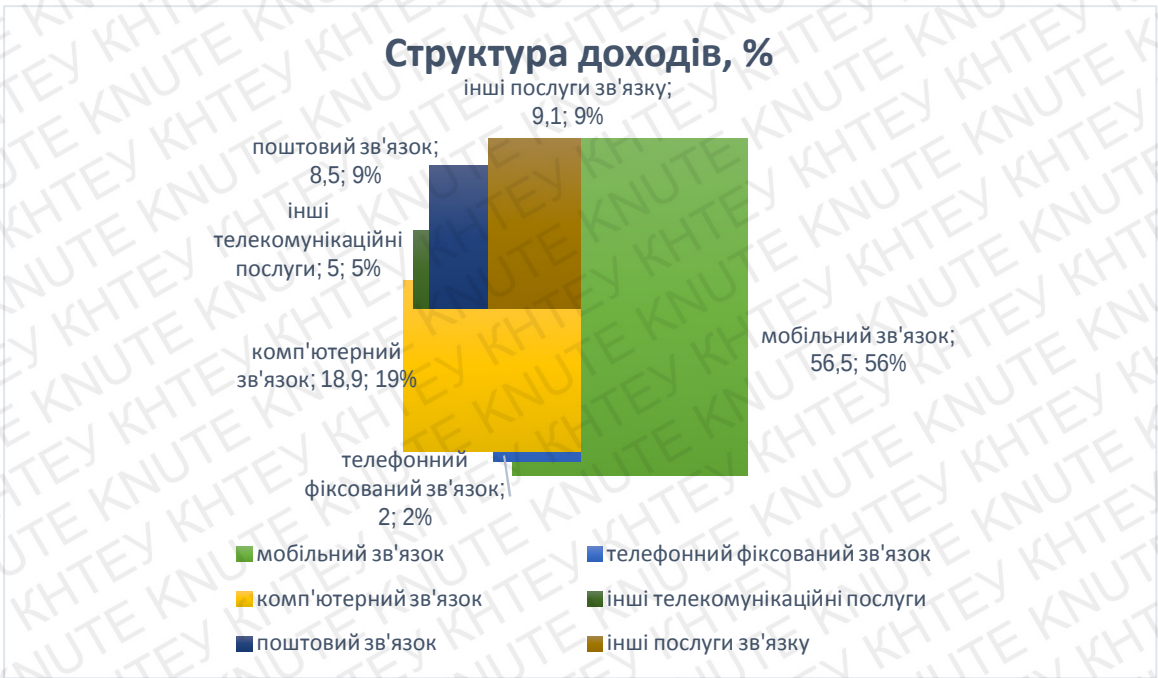


Рис 2.7 Структура доходів від надання різних видів послуг зв'язку за перше півріччя 2018 року. Джерело: побудовано автором за [44]

Частка доходів від надання послуг мобільного (рухомого) зв'язку склала 56,5%, що на 2,3% більше за показник минулого року. В загальній структурі

доходів від надання послуг найменшу частку складають доходи від надання послуг телефонного фіксованого зв'язку – 2%.

В загальній структурі доходів від надання послуг мобільного (рухомого) зв'язку найбільшу часку складають доходи від надання послуг стільникового зв'язку (голосова телефонія) – 35,1%. На другому місці послуга передачі даних та Інтернет – 20,7%. При цьому спостерігається зменшення доходів від голосової телефонії на 8,8%, в той час, як доходи від передачі даних та Інтернет суттєво збільшились: +52,8%.

Таблиця 2.3

Доходи від рухомого (мобільного) зв'язку

Доходи від рухомого (мобільного) зв'язку	1 півріччя 2017 року, млн грн	1 півріччя 2018 року, млн грн	Темпи зростання (зменшення), %	Абсолютна зміна, млн грн
Всього (в тому числі):	**16 989,8**	**18 248,9**	**+7,4**	**1 259,1**
Голосова телефонія	7 028,8	6 408,6	-8,8	-620,2
Передача текстових та мультимедійних повідомлень	377,0	367,4	-2,5	-9,6
Передача даних та Інтернет	2 478,3	3 786,3	52,8	1 308
Роумінг (вхідний та вихідний)	412,8	577	39,8	164,3

Станом на 01.07.2018 року кількість абонентів рухомого (мобільного) зв'язку склала 55 028,5 тис. осіб, що на 1,2% менше, ніж за аналогічний період минулого року. Головним чином це було спричинено зниженням використання абонентами декількох сім-карт та зменшення населення країни. Забезпеченість населення рухомим (мобільним) зв'язком на 100 жителів у середньому по Україні становить 130,2 станом на 01.07.2018. (рис 2.8)

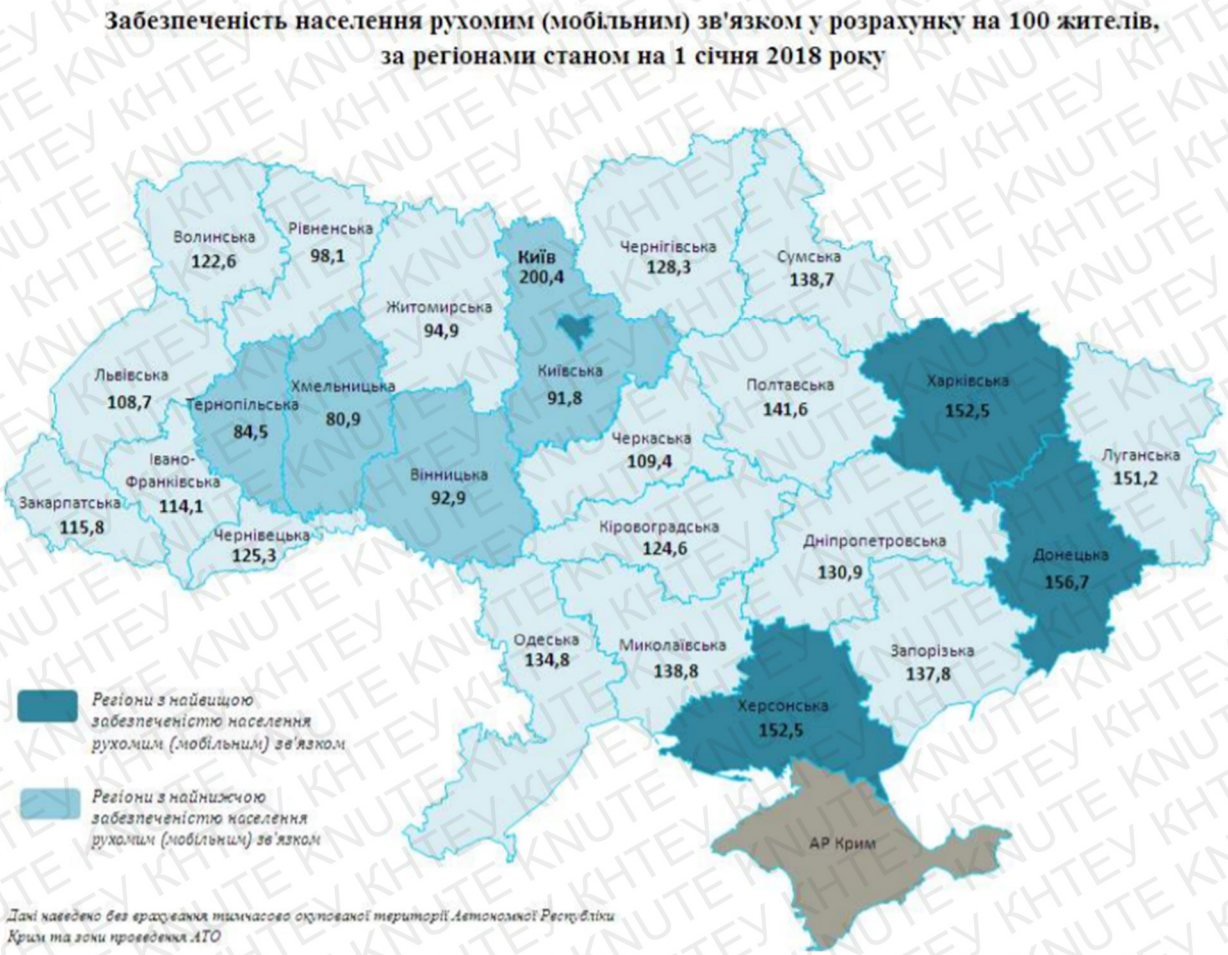


Рис. 2.8 Забезпеченість населення рухомим (мобільним) зв’язком у розрахунку на 100 жителів за регіонами. [47]

Як бачимо, серед найкраще забезпечених мобільним зв’язком регіонів можна виділити м. Київ, Харківську, Херсонську та Донецьку область. Найгірше забезпечені зв’язком Тернопільська, Хмельницька та Вінницька область.

Товарні межі ринку мобільного (рухомого) зв’язку включають: надання послуг із зв’язку (в тому числі і міжнародного), надсилання SMS та MMS повідомлень, послуги мобільного інтернету.

Територіальними межами ринку мобільного (рухомого) зв’язку є територія України, яка охоплена межею операторів, які надають послуги електрозв'язку рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації.

На сьогоднішній день на ринку мобільного (рухомого) зв’язку на ринку є

три основні гравці: ПрАТ «Київстар», ПрАТ «МТС Україна» та ТОВ «лайфселл». На ринку також діє ТОВ «ТриМоб», проте, його часка на ринку настільки мала, що воно не складають значної конкуренції трьом найбільшим операторам.

ПрАТ «Київстар» - це лідер українського ринку мобільного зв'язку. Компанія входить до міжнародного холдингу Veon, який належить інвестиційній групі з російським капіталом LetterOne та норвезькій телекомунікаційній групі Telenor. Оператор забезпечує послугами зв'язку та передачі даних понад 25,3 млн. абонентів (на квітень 2016 р.). За роки існування компанія надавала послуги передплаченого зв'язку під брендом «ACE&BASE», молодіжні пропозиції під брендом «Djuice», економ-пакет під брендом «Мобілич» та універсальні тарифні пропозиції під основним брендом «Київстар». У 2010 р. почалося злиття «Київстар» та «Beeline-Україна» у єдину юридичну особу, що додало до портфелю брендів оператора ще й «Beeline». На сьогоднішній день компанія відмовилася від політики диверсифікації брендів, та надає усі послуги під уніфікованим брендом «Київстар». Компанія, першою серед телеком-операторів України, повністю модернізувала комутаційну мережу для підготовки до запровадження технологій швидкісної мобільної передачі даних. У мережі Київстар встановлено новітнє обладнання, що підтримує стандарти зв'язку 3G, 4G та LTE. [48]

ПрАТ «МТС Україна» – це другий за величиною оператор мобільного зв'язку в Україні. Підприємство є дочірньою структурою російського ПАТ «МТС» (через голландську компанію Preludium B.V.). Оператор обслуговує 20,7 млн абонентів (на квітень 2016 р.). В різні роки компанія надавала послуги під наступними брендами: «UMC», «SIM-SIM», «Jeans», «Ecotel» та «МТС». 30 березня 2018 року Vodafone запустив зв'язок 4G на частоті 2600 МГц у близько 20 міст України, зокрема: в Києві, Дніпрі, Харкові, Запоріжжі, Львові, Полтаві, Сумах, Івано-Франківську, Чернівцях, Одесі та Херсоні. А з 1 липня 2018 року Vodafone запустив 4G покриття на частоті 1800 МГц у близько 50 населених пунктах в 10 областях України. [49]

ТОВ «Лайфселл» (до 2 лютого 2016 р. – ТОВ «Астеліт») – це третій за величиною оператор мобільного зв'язку в Україні. Належить турецькому оператору Turkcell. За останньою інформацією абонентська база оператора склала 9,7 млн. клієнтів (на квітень 2016 р.). До 2016 року послуги надавалися під брендом «life:)», тоді компанія позиціонувала себе як молодіжного оператора зв’язку та «оператора другої SIM-картки». Після ребрендингу компанія починає орієнтуватися на більш широке коло абонентів, впроваджує послуги для усієї родини (тарифний план «Смарт сім’я»). 30 березня першою з українських операторів товариство запустило 4,5G. [50].

Для визначення стану конкуренції на ринку послуг рухомого (мобільного) зв’язку використовуються критерії оцінки ринкової концентрації: коефіцієнт ринкової концентрації (CR) та індекс Херфіндаля-Хіршмана (HHI).

Основним показником, що використовується для розрахунку цих критеріїв є ринкова частка оператора на ринку рухомого (мобільного) зв’язку.

CR1 = 45%

CR2 = 37%

CR3 = 17%

CR4 = 0.5%

Частка ПрАТ «Київстар» та ПрАТ «МТС Україна» на ринку мобільного (рухомого) зв’язку >35%. Частка ТОВ «лайфселл» також відчутна. Проте, монополістом на ринку може бути лише одна фірма, тому можна зробити висновок, що на ринку мобільного (рухомого) зв’язку в Україні існує велика імовірність колективної монополізації ринку.

Аналізуючи структуру досліджуваного ринку у розрізі наявних учасників конкурентних відносин, вже на перший погляд помітно, що на ринках спостерігається діаметрально протилежна ситуація. Ринок послуг мобільного зв’язку являється олігопольним, що і підтверджується проведеними нижче розрахунками. Коментуючи проведені розрахунки, можна зауважити, що частка 1-го та 3-х найбільших операторів ринку послуг мобільного зв’язку перевищують порогові показники, передбачені національним законодавством,

відтак можна припустити, що кожен із трьох найбільших учасників займає монопольне (домінуюче) становище. Компанії не зазнають значної конкуренції в силу того, що частка інших гравців занадто мала, а чисельність наявних учасників-провайдерів ринку незначна.

Розрахуємо індекс Херфіндаля-Хіршмана за формулою:

$$HHI = \sum S_i^2 \quad (2.1)$$

$HHI = 0{,}17^2 + 0{,}01^2 + 0{,}45^2 + 0{,}37^2$

$HHI = 0{,}0289 + 0{,}0001 + 0{,}2025 + 0{,}1369$

HHI = 0,3684

Індекс Херфіндаля-Хіршмана може набувати значень від 0 до 1. Згідно з американською Директивою з питань горизонтальних злиттів, якщо індекс Херфіндаля-Хіршмана перевищує межу в 0,25, ринок вважається висококонцентрованим. [51]

Ентропія ринкових часток характеризує міру невпорядкованості ринкової структури, невизначеності та безсистемності розподілу ринкових часток між суб'єктами ринку. Визначається за формулою:

$$E = \sum S_i \ln (1/S_i) \quad (2.2)$$

Назва компанії	Частка ринку,%	Частка коеф, S_i	1/s	LN (1/s)	LN (1/s) * частка
ПрАТ "Київстар"	45	0,45	2,222222222	0,798508	0,359328463
ПрАТ "МТС Україна"	37	0,37	2,702702703	0,994252	0,367873341
ТОВ "лайфселл"	17	0,17	5,882352941	1,771957	0,301232663
ТОВ "ТриМоб"	1	0,01	100	4,60517	0,046051702

E = 1,074486169

Отже, ентропія ринкових часток належить проміжку від 0,5 до 2, а тому йдеться про олігопольний ринок з високим потенціалом колективної монополізації.

Індекс Джині є індикатором нерівномірності розподілу ринкових часток та розраховується за формулою:

$$G = \sum (F_{n-1} * S_n - F_n * S_{n-1}) \quad (2.3)$$

Назва компанії	Частка ринку,%	Si	Sn	Fn	Джинні
		0	0	0	
ТОВ "ТриМоб"	1	0,01	0,0001	0,25	0
ТОВ "лайфселл"	17	0,17	0,0017	0,5	0,000375
ПрАТ "МТС Україна"	37	0,37	0,0037	0,75	0,000575
ПрАТ "Київстар"	45	0,45	0,0045	1	-0,000325

G = 0,000625

Результативне значення індексу Джині може знаходитись в межах від 0 до 1, де нуль свідчить про абсолютно рівномірний розподіл часток на ринку, а прямування індексу до одиниці – про високий ступінь нерівномірності розподілу ринкових часток та, відповідно, можливість монополізації ринку.

Бар'єри входження на ринок. Вхідний бар'єр входження на ринок є високим, оскільки:

1) надання послу мобільного зв'язку можливе лише за умови отримання ліцензії доступу до радіочастот, які у свою чергу відносяться до ресурсів військово-стратегічного значення;

2) необхідність величезних капіталовкладень на створення мережі базових станцій для забезпечення достатнього рівня покриття, щоб надавати якісні послуги;

3) наявність ефекту масштабу.

На нашу думку, ринок мобільного (рухомого) зв'язку є олігопольним, адже має такі особливі ознаки, притаманні цьому типу ринка: високі бар'єри входження на ринок, нечисленність фірм на ринку, величезна взаємозалежність фірм, значний контроль над цінами.

Для українського ринку мобільного зв'язку притаманна така тенденція, як суттєве переважання у галузі іноземного капіталу. Це пов'язано з тим, що цей сегмент традиційно вимагає значних інвестицій, які не спроможні зараз забезпечити українські підприємці, на відміну від великих міжнародних телекомунікаційних компаній. Єдиним українським гравцем є ТОВ «ТриМоб», який обслуговує 501 тис. абонентів.

З впровадженням нових технологій, таких як 3G та 4G, на ринку мобільного зв'язку змінюється характер конкуренції. Раніше оператори

конкурували між собою за рахунок зниження цін на зв'язок. У контексті розвитку мережі нового покоління і гострої необхідності нарощувати доходи, оператори спираються на швидке розширення зони покриття 3G та розробку в рамках тарифів оптимальних комбінацій послуг.

Отже, проаналізувавши національний ринок мобільного зв'язку, можливо виділити наступні тенденції:

- заміна цінової конкуренції на конкуренцію «контент-пропозицій»;
- зменшення абонентської бази;
- переважання в галузі іноземного капіталу;

У 2017 році основними тенденціями розвитку ринків послуг зв'язку загалом були:

- розгортання телекомунікаційних мереж рухомого (мобільного) зв'язку четвертого покоління із застосування радіотехнології «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок IMT» в смугах радіочастот 1800 МГц та 2600 МГц;
- застосування обмежувальних заходів (санкцій) доступу до інформаційних ресурсів країни-агресора, що є першим прикладом в історії України застосування законодавчих механізмів для закриття доступу до веб-ресурсів, що здійснювались на виконання рішення Ради національної безпеки та оборони України;
- посилення конкуренції між постачальниками послуг фіксованого доступу до Інтернету у зв'язку із запровадженням вимоги щодо обов'язкового зазначення в договорах з абонентами мінімальних швидкостей передавання та приймання даних. [52]

Суттєво стримує розвиток галузі значне скорочення доходів домогосподарств. В умовах скрутного економічного становища, населення країни прагне заощаджувати в усіх сферах життя і зв'язок не є виключенням. Це негативно впливає на прибутковість мобільних операторів та стає перешкодою для їх розвитку та зростання.

Завдали великої шкоди ринку окупація Криму та конфлікт на Сході країни. На сьогоднішній день, у Криму не працює жоден український оператор, а на території тимчасово окупованого Донбасу надає обмежені послуги лише ПрАТ «МТС Україна». Втрата устаткування та скорочення абонентської бази призвели до значних забутків для мобільних операторів.

Окремою проблемою є технічна відсталість інфраструктури та устаткування компаній-операторів, адже це суттєво гальмує впровадження новітніх технологій зв'язку та якісний розвиток галузі в країні. Загальноекономічні проблеми країни та соціально-політична нестабільність стримують мобільних операторів від інвестування значних коштів у розвиток інфраструктури.

НКРЗІ виділяє ще декілька проблем розвитку телекомунікаційних мереж, а саме:

- нерівномірність забезпечення споживачів телекомунікаційними послугами, особливо у сільській, гірській місцевості і депресивних регіонах;
- відсутність системності та координації дій в питаннях проектування, будівництва, реконструкції, модернізації, введення в експлуатацію телекомунікаційних мереж оперативно-диспетчерських служб центрів екстреної медичної допомоги;
- необхідність проведення постійного комплексу заходів із протидії та блокування незаконно створених на тимчасово окупованих територіях суб'єктів господарювання, що не зареєстровані згідно із законодавством України, та які не мають права здійснювати діяльність у сфері телекомунікацій з використанням радіочастотного ресурсу ТМЗК;
- порушення майнових прав операторів та провайдерів телекомунікацій України на тимчасово окупованих територіях, втручання у роботу ТМЗК, захоплення об'єктів та ліній зв'язку;
- затримка впровадження на телекомунікаційних мережах мобільного (рухомого) зв'язку України послуги із перенесення абонентських номерів, що пов'язано з тим, що третій рік поспіль тривають судові процеси між компаніями,

котрі брали участь у тендері на побудову централізованої бази даних перенесених номерів, а отже, будівництво такої бази відбудеться після визначення переможця тендеру.

Виходячи з викладеного вище, можна стверджувати, що за останні роки ринок мобільного зв'язку України зазнав значних змін, та почав рухатися у бік світових тенденцій розвитку галузі зв'язку. Це проявляється в усталених частках основних гравців ринку, наближенні національної абонентської бази до свого природного розміру та переході до нових форм конкуренції.

У майбутньому ринок мобільного зв'язку України чекає освоєння нових стандартів зв'язку. Це стане логічним завершенням адаптації національного ринку до світових реалій галузі.

Протягом останніх років на ринках зв'язку та телекомунікацій продовжують використовуватись неетичні конкурентні методи, що мають негативний вплив на ринки в цілому. Недобросовісна конкуренція знижує економічну ефективність учасників ринку і мотивацію споживачів послуг, а також обмежує свободу вибору споживачів.

Антимонопольний комітет України у своєму річному звіті за 2016 рік зазначає, що основною проблемою у цій сфері є підходи учасників ринку до рекламування власної продукції та послуг. Зокрема, реклама нульових тарифів, а також надання операторами інформації про обов'язкові утримання та платежі у скороченому або недоступному для споживача форматі оманливої реклами. [53]

У 2016 та 2017 році Комітет двічі надавав рекомендації ПрАТ «Київстар», керуючись ч.1 ст.46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» стосовно встановлення Товариством тарифу на послугу зі здійснення абонентами власної мережі вихідних дзвінків на телефонні номери абонентів фіксованого зв'язку України на економічно необґрунтованому рівні.

У відповідь на рекомендації ПрАТ «Київстар» переглянуло встановлені тарифи та ввело нові економічно обґрунтовані тарифні плани, які цілком відповідали рішенню НКРЗІ №409 від 04.08.2015 «Про затвердження Розрахункових такс за послуги пропуску трафіку до телекомунікаційних мереж

операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіку» (див. Додаток В)

До Комітету надійшов лист Інтернет асоціації України (далі – ІнАУ) щодо проведення круглого столу з обговорення проблемних питань використання об'єктів енергетичної інфраструктури для розміщення телекомунікаційних мереж. Причиною такого звернення стала робота НКРЗІ з підготовки проекту Закону України «Про доступ до структури об’єктів будівництва, транспорту, електроенергетики для розвитку телекомунікаційних мереж».

До запровадження адміністративного та тарифного регулювання сумісного підвісу проводів електрозв’язку на опорах електропередач, яке, як очікувалось, буде передбачене цим законом, тарифи на використання сумісного підвісу формуються відповідно до положень статті 31 Закону України «Про телекомунікації» на договірних умовах між провайдерами та енергопередавальними компаніями чи іншими організаціями, які є власником (володільцем) опор електропередач. [55] Значна частина енергопередавальних компаній України встановлює економічно обґрунтовані тарифи на використання сумісного підвісу проводів електрозв’язку на опорах електропередач. В той же час рядом енергопередавальних організацій, серед яких ПАТ «Київобленерго», ПАТ «Рівнеобленерго», ПАТ «Енергопостачальна компанія «Житомиробленерго» встановлено тариф на використання сумісного підвісу проводів електрозв’язку на опорах електропередач, що значно перевищує аналогічний тариф, встановлений іншими енергопередавальними організаціями України, що є, на думку ІнАУ, економічно необґрунтованим та суперечить засадам конкурентної політики.

Для напрацювання підходів щодо забезпечення умов економічної конкуренції у сфері використання об'єктів енергетичної інфраструктури для розміщення телекомунікаційних мереж та для обговорення відповідності законодавству України про захист економічної конкуренції проекту закону

України «Про доступ до структури об’єктів будівництва, транспорту, електроенергетики для розвитку телекомунікаційних мереж» ІнАУ звернулось з пропозицією провести найближчим часом на базі Антимонопольного комітету України круглий стіл з даного кола питань з запрошенням відповідних фахівців Антимонопольного комітету України, Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв’язку та інформатизації, Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, представників операторів/провайдерів телекомунікацій та енергопередавальних організацій.

У Комітеті відбулось засідання круглого столу на тему: «Проблемні питання використання об’єктів енергетичної інфраструктури для розміщення (розвитку) телекомунікаційних мереж», на якому були присутні представники Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв’язку та інформатизації, Державної служби спеціального зв’язку та захисту інформації України, суб’єктів господарювання, профільних асоціацій, а також представники Антимонопольного комітету України.

За результатом круглого столу його учасники підтримали проект протокольного рішення, в якому запропоновано шляхи вирішення проблемних питань, а саме: надати конкретні пропозиції щодо проекту Закону України «Про доступ до інфраструктури об’єктів будівництва, транспорту, електроенергетики для розвитку телекомунікаційних мереж» з урахуванням Концепції використання об’єктів електроенергетичного комплексу для розташування інфраструктури телекомунікаційних мереж, що була розроблена профільними організаціями ринку і представлена на круглому столі.

Також, за результатами проведення круглого столу було створено Робочу групу з метою вирішення проблемних питань. До складу робочої групи увійшли представники Антимонопольного комітету України, органів державної влади, профільних асоціацій, провайдери, оператори телекомунікацій, обласні

(місцева) енергопередавальні компанії. На думку представників Комітету та учасників засідання, кардинально ситуацію могли змінити не «каральні дії» Антимонопольного комітету, а правове врегулювання в короткостроковій перспективі та бажання налагодження взаємовідносин у цій сфері, зокрема, на базі Правил професійної етики (надалі - Правила). Зважаючи на це, необхідним кроком стало створення учасниками цієї сфери Правил та їх погодження Комітетом. Для цього було вирішено створити окрему підгрупу з метою відпрацювання конкретних положень Правил.

На розгляд Верховної Ради був внесений проект Закону України «Про доступ до структури об'єктів будівництва, транспорту, електроенергетики для розвитку телекомунікаційних мереж». З метою недопущення вчинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції Комітетом було запропоновано доповнити проект Закону наступними нормами:

1. Повноваженнями відповідних центральних органів виконавчої влади щодо визначення базових організацій з науково-технічної діяльності з питань розробки нормативно-технічних документів щодо розташування технічних засобів телекомунікацій на елементах інфраструктури об'єктів транспорту, електроенергетики, їх статус та напрями діяльності.

2. З метою запобігання необґрунтованої відмови у доступі до інфраструктури, здійснення доступу до інфраструктури на дискримінаційних умовах «Надавати доступ за зверненням замовників при наявності технічної можливості та дотриманні умов укладеного договору з доступу до інфраструктури. Власник має право відмовити замовнику у доступі до елементу інфраструктури об'єкту виключно у разі відсутності технічної можливості, яка підтверджена відповідно до чинного законодавства України».

Також Комітетом було запропоновано врахувати пропозиції до доопрацьованого проекту Закону від 06.06.2016, а саме: доповнити проект Закону новою статею, яка б передбачала повноваження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг, зокрема, щодо розроблення та затвердження Методики визначення плат за

доступ до елементів інфраструктури об’єктів електроенергетики, зокрема, за розташування ліній телекомунікацій на опорах повітряних ліній електропередач.

У 2015 році, застосовуючи ст.15 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», яка містить положення, що «поширенням інформації, яка вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання»[56], АМКУ рекомендував учасникам ринку привести свою діяльність у відповідність до чинного законодавства.

Підтримуючі ці рекомендації, ПРАТ «МТС Україна» як один з гравців на ринку телекомунікацій закликала інші телекомунікаційні підприємства опрацювати «Кодекс етики телекомунікаційних підприємств», що дозволить вести чесну здорову конкуренцію. Кодекс передбачав 4 принципу взаємодії операторів: принцип добросовісної ринкової конкуренції, принцип етичної реклами, принцип неприпустимості змови між учасниками ринку, принцип прозорої інформаційного взаємодії.

Як результат 3 квітня 2015 року був затверджений наказом № ОД / П-104.0 «Кодекс ділової поведінки і етики ПРАТ «МТС УКРАЇНА» [57], а найбільшими операторами ринку були розроблені та підписані «Правила поведінки операторів та провайдерів телекомунікацій під час рекламування послуг рухомого (мобільного) зв’язку», які також були погоджені та затверджені АМКУ.

Таким чином, деякі питання діяльності телекомунікаційних підприємств, які потенційно містять в собі ознаки порушень законодавства, все ж вирішуються відповідними учасниками спільно на стадії надання комітетом рекомендацій і не переходять у фазу розгляду справ про порушення

законодавства та накладення можливих санкцій, проте не завжди це вдається.

Якщо Україна прагне досягти європейських стандартів в галузі зв'язку, вона перш за все повинна стимулювати розвиток власного телекомунікаційного сектора шляхом його реформування. Відсутність незалежного регуляторного органу в Україні в значній мірі стримує інвестиції та розвиток конкуренції в секторі як фіксованого, так і мобільного зв'язку.

Взявши за основу європейський досвід, можна констатувати, що послідовний розвиток законодавства поряд зі створенням незалежного регуляторного органу є необхідною передумовою справжньої конкуренції на телекомунікаційних ринках. Тільки незалежний, але в той же час надійно контрольований регуляторний орган зможе виконувати важливі завдання, пов'язані з регулюванням на лібералізованому ринку телекомунікацій[58]

Отже, ринок мобільного зв’язку впродовж останніх років залишається тим сегментом галузі телекомунікацій, що розвивається найбільш динамічно.

Серед найкраще забезпечених мобільним зв’язком регіонів можна виділити м. Київ, Харківську, Херсонську та Донецьку область. Найгірше забезпечені зв’язком Тернопільська, Хмельницька та Вінницька область.

На сьогоднішній день на ринку мобільного (рухомого) зв’язку на ринку є три основні гравці: ПрАТ «Київстар», ПрАТ «МТС Україна» та ТОВ «лайфселл». На ринку також діють ТОВ «Інтертелеком» та ТОВ «ТриМоб», проте, їх часка на ринку настільки мала, що вони не складають значної конкуренції трьом найбільшим операторам.

На нашу думку, ринок мобільного (рухомого) зв’язку є олігопольним, адже має такі особливі ознаки, притаманні цьому типу ринка: високі бар’єри входження на ринок, нечисленність фірм на ринку, величезна взаємозалежність фірм, значний контроль над цінами

РОЗДІЛ 3. СВІТОВИЙ ДОСВІД АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ТА МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКУ ПРАКТИКУ

3.1 Міжнародний досвід адвокатування конкуренції

Для того, щоб в повному обсязі розглянути міжнародний досвід адвокатування конкуренції, необхідно звернути увагу на основні інструменти адвокатування.

Семінари і конференції - Семінари можуть бути організовані як на національному, так і міжнародному рівнях, самостійно або у співпраці з іншим конкурентними відомствами, на конкретному тему/проблему, або по відношенню до слухання справи міжнародного значення. Так, японське агентство з конкуренції бере участь у міжнародних конференціях з питань законодавства і політики в області конкуренції з метою обговорення правових питань, пов'язаних з конкуренцією. Крім того, агентство має місце в різних міжнародних зустрічах та семінарах, спрямованих на розвиток конкурентного середовища в Східній Азії, а також в Азіатсько-Тихоокеанському економічному співробітництві та зустрічах на вищому рівні в галузі конкурентної політики у Східній Азії. У свою чергу, ірландське конкурентне агентство у співпраці з Інститутом міжнародних та європейських питань з березня 2011 року почали організовувати серію семінарів на тему правозастосування в області конкуренції. Мета цих семінарів полягає в аналізі впливу і необхідності суворого дотримання політики захисту конкуренції у всьому світі з метою подолання економічної кризи і заохочення зростання та інновацій. [59]

Розміщення інформації у ЗМІ - для антимонопольного органу як контрольно-наглядової установи налагодження відкритого і активного діалогу зі ЗМІ – одне з найважливіших завдань у справі попередження порушень законодавства. Взаємодія зі ЗМІ носить взаємовигідний характер: ЗМІ швидко отримують об'єктивні та актуальні новини, коментарі та роз'яснення про проведені урядом заходів щодо розвитку та захисту конкуренції з перших рук, а

у антимонопольного органу з'являється можливість реалізувати на практиці механізм попередження порушень антимонопольного, рекламного законодавства, законодавства у сфері розміщення замовлень і в сфері діяльності суб'єктів природних монополій. Крім того, публікації в ЗМІ нерідко є приводом для початку антимонопольних розслідувань. Наприклад, щоб постійно підтримувати інтерес ЗМІ до конкуренції, Управління з конкуренції та захисту прав споживачів Польщі (**UOKiK)** щорічно організовує конкурси і дає нагороди за кращі статті та інтерв'ю. [60]

У Казахстані на щорічній основі проводиться конкурс «Конкуренція – ЗМІ». Він проводиться за чотирма основними номінаціями: «Кращий відеоматеріал на телебаченні», «Кращий матеріал на радіо», «Краща публікація в газетах і журналах», «Кращий матеріал, розміщений на інтернет-ресурсах». До того ж, у 2012 році було оголошено про конкурс для представників бізнес-середовища «Кращий підприємець». Проривним проектом у пропаганді конкуренції в Казахстані є трансляція на телеканалах «Хабар» і «Казахстан» відео-роликів, які роз'яснюють основи добросовісної конкуренції [61]

Веб-сайти та соціальні мережі - сайт будь-якої конкурентного агентства є одним з найбільш важливих засобів для інформування та вирішення будь-якого питання зі сфери конкуренції, що виникли та (або) можуть виникнути у зацікавлених сторін. Одним з найбільш важливих його переваг є те, що він передає повідомлення безпосередньо до зацікавленої особи, при цьому допомагаючи уникнути неправильного тлумачення з боку засобів масової інформації. Наприклад, боротьба з картелями та іншими антиконкурентними угодженими діями є одним з пріоритетних напрямків діяльності ФАС Росії протягом останніх 6 років. Враховуючи особливу небезпеку картелів для споживачів та економіки країни в цілому, ФАС Росії створив спеціальний Інтернет-проект, присвячений темі боротьби з картелями. Сайт в доступній формі розповідає про те, що таке картелі, чим вони небезпечні і що може зробити громадянин для виявлення картелю. Велике значення в рамках сайту має реалізована можливість заявити про незаконні узгоджені дії і скористатися

програмою звільнення від відповідальності безпосередньо через сайт. На сайті передбачений майданчик для дискусій в реальному часі зареєстрованим користувачам сайту. Також, є можливість повідомити про картельну змову. [62]

Відео та інший медіа-контент - необхідно визнати, що у частині проведення громадських заходів (круглих столів, конференцій і т.д.) антимонопольні органи не такі активні, як з організацією та підтримкою свого інтернет-ресурсу. Одним з напрямків, в якому багато що було зроблено у зв'язку з захисту конкуренції є саме віртуалізована інформація. Федеральна комісія з торгівлі Америки (FTC) опублікувала на своєму веб-сайті (в частині, присвяченій батькам і вчителям) серію інтерактивних ілюстрованих діалогів, спрямованих на дітей більш старшого віку, що пояснює та ілюструє "реальне життя" застосування принципів захисту конкуренції та споживачів через "подорож через торговий центр". У відео були розглянуті наступні теми: оголошення (природа, цільові ринки, реклама, що вводять в оману, рекламні переваги); безпека (онлайн безпека, ідентичність крадіжки, особиста інформація, захист персональних даних); моделювання шахрайства; оманливі робочі місця; лотереї та конкурси; змагання попиту та пропозиції; історія конкурентного права США; злиття та інше.

У Великобританії у червні 2011 року на відео-хостингу «YouTube» Управління сумлінної торгівлі Великобританії (OFT), опублікувало фільм під назвою «Зрозуміти закон про конкуренцію". Цей фільм доповнює письмові керівні принципи конкурентного відомства за допомогою загального уявлення питань конкуренції в ясній і зрозумілій формі [65].

Взаємодія з бізнесом, профспілками та державними органами влади - важливим напрямком діяльності по адвокатування конкуренції є постійний розвиток відносин з бізнесом, професійними спілками та асоціаціями, а також з державними органами та практикуючими юристами, що ґрунтуються на взаємній повазі сторін (влади та бізнесу), і має на меті вдосконалення форм взаємодії із захисту конкуренції та її стимулювання. У зв'язку з цим безперечний інтерес представляє досвід Великобританії в частині регулювання фінансових послуг.

Так, завдяки Управлінню з фінансових послуг (Financial Services Authority) Великобританії була розроблена "Методика аналізу впливу рішень регулюючих органів на конкуренцію". Вона не тільки описує основні цілі та інструменти конкурентної політики держави на фінансових ринках, а й містить аналіз впливу окремих рішень органів державної влади на конкуренцію.

Комісія з питань конкуренції Сінгапуру (CCS) також зосередила свою увагу на уряді. Сформований у 2014 році Відділ політики і ринків був спрямований на активізацію взаємодії з державними органами та став гарантією участі політики уряду у впливі конкурентних стратегій на цільові ринки країни. За даними Всесвітнього економічного форуму, Сінгапур займає друге місце третій рік поспіль, завдяки високим показникам за всіма категоріями індексу глобальної конкурентоспроможності (GCI). Сінгапур - це єдина економіка, яка опинилася в топ-3 за 7 показниками з 12 категорій: Сінгапур очолює рейтинг ефективності ринку товарів і послуг, займає 2-е місце в категоріях інфраструктури, вищої освіти та професійної підготовки, ефективності ринку праці та розвитку фінансового ринку. На 3-му місці знаходяться категорії якість інститутів, охорона здоров'я і початкова освіта[63]

Необхідно також звернути увагу на міжнародний досвід адвокатування конкуренції на інноваційних ринках, та ринках, що швидко зростають.

Федеральна комісія з економічної конкуренції (ФКЕК) Мексики надала рекомендації місцевим органам влади офіційно визнавати послуги, що надаються мережею транспортних компаній, таких як Uber і Cabify, і уникати нав’язування правил, які обмежували б їх здатність конкурувати. Департамент транспорту Мехіко діючи за рекомендаціями ФКЕК, став першим місцевим самоврядуванням в Латинській Америці, що видає специфічні регулювання, що дозволяють мережі транспортних компаній діяти в повній мірі. Інші місцеві органи послідували в своїй діяльності за Департаментом транспорту Мехіко.

Ґрунтуючись на результатах застосування інструментів адвокатування та правозастосування, Комісія з питань конкуренції Зімбабве співпрацювала з «Telecommunications Regulator» та Центральним банком Зімбабве для вирішення

регуляторних бар'єрів в секторі телекомунікацій з метою забезпечення фінансової інтеграції. Ця ініціатива призвела до значного скорочення витрат пов’язаних з мобільними грошовими переказами, збільшуючи тим самим доступ до мобільних платіжних систем в сільських і віддалених районах.

Рада із захисту економіки Бразилії (РЗЕ) дійшли до висновку, що інтернет сервіси та додатки по груповим поїздкам (такі як додаток «BlaBlaCar») мають кілька переваг для споживачів. Ці платформи можуть бути замінником приватних автомобілів для однієї групи споживачів, а також субститутом таксі для іншої групи. Місцеві органи влади, такі як виконавча влади міста Сан-Паулу консультувались з РЗЕ щодо регулювання цих платформ і групових поїздок на ринку індивідуальних пасажирських перевезень.

Через серію адвокативних інструментів (семінари, блоги, листи), орієнтовані на законодавців і регуляторів, Федеральна комісія з торгівлі США (ФКТ) значно підвищила увагу до ринків, що характеризуються конкурентною динамікою та інноваційністю. Адвокативні ініціативи зосереджені на інтернет платформи, нові форми конкуренції на ринку місцевих транспортних послуг. В результаті, деякі штати видали закони і нормативні акти, які в більшій мірі сприяють розвитку конкуренції.

Цікавим прикладом у сфері впровадження конкурентних принципів в публічну та промислову політику через адвокатування є досвід Польщі. Для усунення бар'єрів конкуренції на ринку ритуальних послуг, що випливають з обмежувальної і спотворюючої поведінки адміністраторів кладовищ муніципального рівня. Польське управління з питань конкуренції та захисту прав споживачів опублікувало рекомендації призначені для адміністраторів кладовищ, що пояснюють дотримання закону та принципи конкуренції. Після цього "неформального втручання" і добровільних дій адміністраторів, споживачі в даний час мають доступ до похоронних послуг пропонованих великим числом конкурентів за більш низькими цінами.

Адвокатування конкуренції через залучення громадськості і громадянського суспільства можна розглянути через такі приклади: Комісія із

захисту і заохочення конкуренції Гондурасу прийняла заходи з адвокатування конкуренції аби залучити Асоціацію фармацевтів для остаточного усунення обмеження «мінімальної відстані», яке забороняло розташовувати нові фармзаклади в межах 250 метрів від вже існуючих. В результаті, спостерігається значне зняття обмежень на доступ і права власності на роздрібному фармацевтичному ринку та більший приплив інвестицій в критично важливих областях, таких як лікарні і медичні центри, де може і повинно бути посилення конкуренції.

Для висвітлення своєї значимості та основних здобутків Конкурентна комісія Гонконгу, транслювала праймтайм телепрограму з 10-ма епізодами під назвою «Конкуруйте чесно», в якій взяли участь відомі актори. Як наслідок, 64,3% респондентів сказали, що стали більш обізнаними в конкурентному законодавстві. Кількість відвідувань сайту Комісії зросла втричі. Компанії та асоціації також зробили запит на проведення семінарів з конкурентних тем. Деякі привели свою діяльність у відповідність з законом.

Для впровадження ефективного антикартельного провадження, Конкурентний орган Угорщини створив онлайн систему «Cartel Chat» через який зацікавлені особи можуть отримати інформацію про картелі. Також ця система створена для того, аби особи повідомляли робітників конкурентного органу про можливі картелі.

Офіційні представники Комісії з питань чесної торгівлі Японії, як частину адвокативних зусиль, провели курс лекцій у старших школах і університетах для роз'яснення антимонопольного законодавства та ролі конкурентної політики. Як результат, 91% студентів «зрозуміли» або «майже зрозуміли» лекції[64].

Отже, адвокатування конкуренції виступає способом звернути увагу широкого кола учасників ринку до існуючих обмежень конкуренції та їх причинах. По-перше, за допомогою адвокатування конкуренції здійснюється інформування учасників ринку про зміст та значення норм антимонопольного законодавства. Це в першу чергу сприяє активному використанню

конкурентного законодавства суб'єктами господарювання для захисту своїх прав. А по-друге, за допомогою адвокатування конкуренції здійснюється тиражування інформації про конкретні дії антимонопольних органів по правозастосування законодавства та конкретних санкціях, застосованих до учасників ринку, які порушили закон в тій чи іншій мірі.

3.2. Вдосконалення організаційно-правого механізму адвокатування конкуренції в Україні

Основною метою адвокатування конкуренції повинно бути створення ефективної системи інформування учасників ринку про можливості використання законодавства щодо захисту економічної конкуренції для дотримання їхніх прав, створення правозастосування в цій сфері, розширення кола об'єктів конкурентної політики, залучення учасників ринку до реалізації антимонопольних заходів, підвищення інтересу наукових та освітянських кіл у сфері конкуренції. Адвокатування конкуренції і її розвиток є, на наш погляд, найефективнішим методом формування конкурентної культури у свідомості населення України.

Оскільки адвокатування конкуренції є невід'ємною складовою сучасної конкурентної політики, основним завданням держави є створення умов для системного його розвитку в країні. Отже пріоритетними заходами в цьому аспекті повинно стати [43]:

1. Підготовка та реалізація компанії, спрямованої на роз'яснення переваг конкуренції в суспільстві, врахування думки учасників ринку при прийнятті рішень конкурентним органом з питань створення сприятливого конкурентного середовища, попередження порушень конкурентного законодавства, висвітлення результатів діяльності АМКУ.

2. Проведення науково-практичних конференцій, семінарів, круглих столів для представників органів влади, підприємців, громадськості, з метою

обговорення змін в законодавстві про захист економічної конкуренції та конкурентній політиці, проблеми розвитку конкурентного середовища в України.

3. Видавництво періодичного друкованого видання, тематичних збірок, буклетів, монографій і перекладів іноземної літератури у сфері конкуренції.

4. Налагодження регулярної роботи та взаємодії з суспільними організаціями, науковою спільнотою, професійними об'єднаннями та асоціаціями. • Викладання курсів з конкурентного законодавства та конкурентної політики у вищих навчальних закладах України.

5. Регулярне наповнення та оновлення офіційного веб-сайту АМКУ, активізації зворотного зв'язку між співробітниками Комітету та відвідувачами сайту. Запуск он-лайн механізмів взаємодії представників Комітету з громадянами на офіційному сайті.

Виходячи з досвіду розвинутих країн у сфері адвокатування конкуренції, вважаємо, що основними заходами по адвокатуванню конкуренції в Україні мають стати:

– забезпечення організаційної відкритості антимонопольного органу; організація на системній основі серій виступів на теле- і радіоканалах, а також у друкованих ЗМІ;

– випуск періодичних видань про конкурентну політику;

– забезпечення розуміння суспільством природи конкуренції, значення виконання антимонопольних законів і сильної конкурентної політики, а також про можливі втрати, які нестимуть споживачі і економіка в цілому в результаті обмеження конкуренції;

– інформування вітчизняних та іноземних компаній про існуючі правила регулювання конкурентних відносин у вітчизняній економіці з метою убезпечення господарюючих суб'єктів від порушення правил і норм конкуренції;

– підвищення правової культури та дотримання норм законодавства;

– забезпечення участі антимонопольного органу у розробці заходів інших напрямів економічної політики держави (промислової, інноваційної, інвестиційної, регуляторної, зовнішньоекономічної тощо)

– впровадження теорії конкурентної політики та права в систему формування та розробки навчальних програм і посібників;

– забезпечення проконкурентного реформування галузей з природними монополіями;

– формування зворотного інформаційного зв'язку з бізнес-середовищем і суспільством в цілому на основі проведення щорічного опитування серед суб'єктів підприємництва та населення щодо оцінки конкурентного середовища і конкурентоспроможності національної економіки; щодо наявності адміністративних і економічних факторів обмеження конкуренції; щодо рівня поінформованості реалізованих заходів конкурентної політики й щодо ролі антимонопольних органів у створенні сприятливого ділового середовища.

Ми поділяємо думку Бакалінської О.О. і вважаємо, що з метою підвищення ефективності адвокатування конкуренції на сучасному етапі Антимонопольному комітету України доцільно:

− створювати робочі групи для вивчення особливостей розвитку конкуренції на певних ринках, визначення умов та перспектив реалізації принципів чесної та добросовісної конкуренції на цьому ринку з урахуванням особливостей його розвитку;

− здійснювати підготовку та підвищення кваліфікації службовців Антимонопольного комітету України;

− залучати сторонніх експертів та науковців для здійснення наукових досліджень особливостей розвитку економічної конкуренції на певних ринках;

− забезпечувати вільний доступ до економічної та правової інформації про розвиток конкуренції та формування конкурентного середовища, забезпечення формування проконкурентної свідомості в суспільстві, обґрунтування суспільної необхідності реалізації принципів свободи, добросовісності, розумності та справедливості в конкурентному середовищі;

– здійснювати аналіз практики застосування чинного конкурентного законодавства, визначення проблем та тенденцій правового регулювання на окремих ринках та державі в цілому; залучення експертів, науковців та адвокатів до вивчення, систематизації та уніфікації досвіду державного і правового регулювання в сфері економічної конкуренції з метою визначення перспективних напрямів розвитку конкурентного законодавства і права;

– запроваджувати публічне обговорення рішень, що впливають на стан конкуренції на загальнодержавних та регіональних ринках, та проектів нормативно-правових актів з питань розвитку і захисту добросовісної конкуренції;

-взаємодіяти та обмінюватися досвідом з експертами зарубіжних конкурентних відомств та міжнародних організацій щодо проблем і перспектив забезпечення ефективного розвитку чесної та добросовісної економічної конкуренції на ринках, формування позитивного іміджу держави на світових ринках, вдосконалення механізмів державного регулювання у цій сфері [20, с. 92].

Аналіз вмісту офіційного сайту Антимонопольного комітету показав, що наповнення сайту є доволі стандартизованим для веб-сторінок державних органів. На сайті міститься інформація щодо законодавства в галузі конкуренції (нормативно-правові акти АКМУ, міжнародні договори, регуляторна діяльність, проекти нормативно-правових актів, юридичний збірник), інформація про конкуренцію (антиконкурентні узгоджені дії, зловживання монопольним становищем, недобросовісна конкуренція, антиконкурентні дії органів влади, конкуренція суб’єктів господарювання, перелік суб’єктів природних монополій), рішення та рекомендації Антимонопольного комітету України, звільнення від відповідальності та діяльність у сфері державних закупівель (колегія з розгляду справ, інформація про рішення щодо оскарження процедур державних закупівель, інформація щодо застосування деяких положень Закону України «Про здійснення державних закупівель»). Проте, на офіційній Інтернет-сторінці немає достатньої інформації для населення про адвокатування конкуренції.

Зауважимо, що вкрай необхідно створити такий розділ та адаптувати його для різного рівня користувачів, тобто різних вікових груп населення та людей з різною освітою. Окрім цього, вважаємо за доцільне, створити невеликий відеоролик про конкуренцію та необхідність адвокатування конкуренції. Даний ролик повинен бути виконаний в науково-популярному стилі, також його можна пропонувати переглянути одразу після входу на сайт Антимонопольного комітету. Зрозуміло, що створення такого відео-ролика потребує значних фінансових вкладень. Вважаємо, що кошти під даний проект можна отримати від Міжнародної мережі з питань конкуренції в аспекті розвитку міжнародного співробітництва України з іншими конкурентними відомствами та міжнародними організаціями.

Вважаємо, що питання адвокатування конкуренції повинно висвітлюватись під час вивчення у вищих навчальних закладах студентами таких дисциплін як «Політична економія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Економічна теорія». Тобто тих дисциплін, які є загальнообов’язковими для вивчення студентами економічних спеціальностей. Таким чином, збільшення годин вивчення конкуренції та конкурентної політики дасть змогу підвищити рівень конкурентної культури.

Крім цього в системі освіти важливе значення має оновлення організації, змісту, методології навчального процесу, складання навчальних програм, видання підручників, навчальних, методичних посібників, що відбивають шляху формування конкурентної культури.

Формування економічної культури студентів неекономічних факультетів має свої особливості, пов'язані з тим, що економіка не є сферою їх про-професійних інтересів. Тому можна отримати більш високі результати в процесі викладання, якщо програвати, імітувати різні види економічної діяльності та аналізувати їх разом зі студентами. У такому випадку зазвичай використовують різні тренінги: ділові ігри, диспути, дискусії, презентації, кейси, роботу в малих групах і т. д. Дуже важливо доповнювати основний курс економічної теорії

спецкурсами, наближеними до спеціальності студентів («Введення в бізнес», «PR» і т. д.).

Таким чином, високий рівень освіти молоді може послужити передумовою для масованого поширення необхідної правової та економічної інформації. У цьому випадку, навіть зіткнувшись з негативними явищами в економічній сфері, молодь буде сприймати їх не як норму життя, а як суперечні цій нормі дії, які потребують усунення. Необхідно формувати у студентів, майбутніх громадян країни, розуміння того, що розвиток конкуренції - це сумарний результат дій мільйонів людей, регульованих як зовнішніми інституційними умовами їх діяльності, так і рисами конкурентної культури самих людей: їх традиціями, цінностями, орієнтаціями, інтересами.

Окрім вищеперелічених заходів доцільно звернути увагу на Вісник Антимонопольного комітету. Зазначимо, що наповнення віснику є доволі насиченим, проте, знову ж таки, не має розділу, який був би присвячений адвокатування конкуренції. Створення такого розділу, або випуск спеціального видання дозволить звернути увагу науковців та аналітиків на важливість цією проблеми та дасть змогу підвищити рівень конкурентної культури.

Оскільки Україна активно розвиває інформаційне суспільство та пропагує ідеї електронної участі громадськості в державному управлінні, доцільно запроваджувати та створювати спеціальні Інтернет-тренінги та обговорення проблем адвокатування конкуренції. Вже були спроби зробити такі громадські обговорення, зокрема, антимонопольний комітет України провів зустрічі з громадськістю у містах Севастополі, Черкасах, Львові, Чернігові, Миколаєві, Одесі та Харкові для обговорення питань адвокатування конкуренції. Вважаємо, що такі зустрічі повинні проводитися систематично та періодично, оскільки це значно підвищить активність громадськості в розвитку адвокатування конкуренції в Україні.

Окрім вищеперелічених заходів, на наш погляд, необхідно за допомогою Уряду України визначити 2019 р. як рік розвитку конкуренції і розробити конкретну програму заходів щодо підвищення рівня знань населення в галузі

конкуренції, покращення умов доступу до інформації щодо конкуренції на офіційний сайтах державних органів, популяризувати такі громадські об'єднання як Асоціація протидії недобросовісній конкуренції (АПНК). Якщо застосовувати усі перераховані заходи у комплексі та у поєднанні з удосконаленням нормативно-правового та інституційного забезпечення здійснення конкурентної політики в Україні ефективність адвокатування конкуренції значно підвищиться, що і є стратегічною ціллю держави в напрямку розвитку конкурентних відносин в державі.

Таким чином, адвокатування конкуренції представляє собою складний багатовекторний комплекс заходів, що реалізується конкурентним відомством держави з метою підтримки, розвитку і захисту добросовісної конкуренції на ринку, формуванню культури конкуренції в державі, утвердженню принципів честності та добросовісності конкурентного змагання, забезпечення балансу приватних, суспільних і державних інтересів в господарській діяльності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Конкурентна політика – це діяльність держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захисту законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва.

В умовах надзвичайно швидкого розвитку економічних відносин, інформаційних технологій адвокатування конкуренції як складова конкурентної політики здобуває особливо важливе значення, адже являється рушійною силою до покращення результатів ведення господарства в інтересах усього народу.

Адвокатування конкуренції – метод, що полягає у проведенні профілактичних, попереджувальних дій конкурентних відомств, спрямованих на популяризацію знань і переваг конкуренції та формування конкурентної культури суспільства, а також впровадження принципів конкуренції у державному регулюванні економіки

Адвокатування конкуренції як специфічний напрямок державного регулювання економіки з’явилось в кінці XX ст: в США у 1970-х роках, в Європі – 1980-х рр. На сьогодні цей напрям діяльності набрав значну популярність, особливо в країнах-учасниках ICN.

Адвокатування конкуренції є особливим напрямом діяльності антимонопольних органів, а саме доповненням до правозастосовної діяльності з метою підвищення рівня поінформованості про принципи функціонування ринкової економіки як основи конкурентоспроможності країни. В сучасних умовах адвокатування конкуренції є одним із вирішальних чинників формування проконкурентної культури в українському суспільстві, передбачає налагодження ефективного і легітимного механізму взаємодії між державними органами і приватними структурами, проведення консультацій і обміну інформацією. Важливе значення при цьому має усвідомлення суб’єктами підприємницької

діяльності не тільки переваг ринкової конкуренції, але й своїх прав і обов'язків як суб'єктів конкурентних відносин.

Ефективний механізм адвокатування конкуренції можливо сформувати лише через реалізацію основних сучасних пріоритетів розвитку конкурентної політики, більшість з яких є не дослідженими. Тому пошук основних пріоритетних напрямків адвокатування конкуренції та визначення шляхів його досягнення дасть змогу окреслити основні орієнтири покращення методологічної основи формування конкурентної політики.

На нашу думку, механізм адвокатування конкуренції в Україні на сьогодні може формуватись та реалізовуватись в розрізі 5-ти основних пріоритетних напрямків: вдосконалення методичного забезпечення захисту економічної конкуренції; розвиток інформаційної бази реалізації заходів адвокатування; вдосконалення наукових засад та теоретико-методологічних положень реалізації конкурентної політики; розширення регулятивних можливостей АМКУ; вдосконалення застосування антимонопольного законодавства в сфері захисту економічної конкуренції.

Комітетом проводяться конференції, семінари, громадські слухання, публікуються звіти про результати досліджень. Ключовою метою таких дій є обговорення існуючих проблемних питань у сфері захисту конкуренції, запобігання порушення законодавства про захист економічної конкуренції, роз'яснення його норм, врахування думки громадськості та бізнесу для подальшої розробки нормативно-правових актів у сфері конкуренції.

Для українського ринку мобільного зв'язку притаманна така тенденція, як суттєве переважання у галузі іноземного капіталу. Це пов'язано з тим, що цей сегмент традиційно вимагає значних інвестицій, які не спроможні зараз забезпечити українські підприємці, на відміну від великих міжнародних телекомунікаційних компаній. Єдиним українським гравцем є ТОВ «ТриМоб», який обслуговує 501 тис. абонентів.

Проаналізувавши національний ринок мобільного зв'язку, можливо виділити наступні тенденції: заміна цінової конкуренції на конкуренцію «контент-пропозицій»; зменшення абонентської бази; переважання в галузі іноземного капіталу.

Оцінивши діяльність, що проводиться Антимонопольним комітетом України у заходах з адвокатування конкуренції, та порівнявши її з аналогічною діяльністю зарубіжних країн, можна дійти висновку про недостатню зацікавленість конкурентного відомства в поширенні конкурентної культури зважаючи на кількість та якість проведених заходів.

В умовах глобалізації зусиль, які прикладає АМКУ для просування конкурентної культури, недостатньо. Урізноманітнення заходів з АК допоможе привернути увагу суспільства загалом та бізнес-кіл зокрема до проблем дотримання конкурентного законодавства, переваг ведення добросовісного господарства та сутності діяльності конкурентного відомства.

Отже, АМКУ у своїй діяльності необхідно приділити більше уваги адвокатуванню конкуренції, оскільки саме цей механізм конкурентної політики за умови досконалого використання і належного рівня ефективності проведення допоможе суспільству знати свої права (як споживач) та дотримуватись їх (як учасник ринкових процесів), а зрештою оптимізувати економічний розвиток.

Міжнародний досвід адвокатування конкуренції надає можливість українському конкурентному органу оцінити та запровадити в практику своєї діяльності такі механізми та інструменти адвокатування конкуренції, які дадуть можливість зменшити кількість порушень антимонопольного законодавства; підвищити рівень правової та конкурентної культури учасників ринку; побудувати діалог із суспільством з питань захисту конкуренції та обмеження монополістичної діяльності та підвищити рівень впливу АМКУ на економічні процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Уманців Ю. М., Міняйло О.І., Косик В. І. Механізм економічної політики. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2010. 436 с.

2. Лагутін В. Д, Бакалінська О.О, Вертелєва О. В. та ін. Конкуренція і конкурентна політика: категорії та поняття. Київ: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2009. 320с.

3. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія: Мін-во освіти і науки України. Київ : Вид-во КНТЕУ, 2011. 327 с.

4. Луць Л.А. Антимонопольне законодавство: Навч.-метод. посібник (за кредитно-модульною системою) Київ: Атіка, 2010. 412 с.

5. Демин А. В. Теория государства и права. Москва: ИНФРА-М., 2002. 155 с.

6. Авдашева С. Шаститко А. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России. Вопросы экономики.2003. №9. с.109-121

7. Адвокатування конкуренції. Чернігівське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/chg/uk/publish/article/82635

8. Advocacy and Competition Policy.International Competition Network // Report prepared by theAdvocacy WorkingGroup. ICN'sConference: Naples, Italy. – 2002. – 115 p. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc358.pdf.

9. Авдашева С. Шаститко А. Влияние конкуренции и антимонопольного регулирования на процессы экономической модернизации в России.Бюро экономического анализа. Москва:ТЭИС, 2005. – 334 с

10. Филюк Г. Адвокатування конкуренції як складова конкурентної політики. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України.2011.№1. с.38-43

11. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.93 р. №3659-12 (зі змін. та допов.).

12. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.01 р. №2210-III.

13. Клименко В.В, Лозова Г.М. Організаційно-методичні засади захисту механізму адвокатування конкуренції. Київ: Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. Том 1. 2014

14. Ясько Ю. Формування державної конкурентної політики в Україні. Вісник КНЕУ. 2013. № 4. С. 24-36.

15. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов; пер. с англ. М: 2007

16. В. Москаленко. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості. Соціальна психологія. К: Український центр політичного менеджменту. 2006. №5. С.26-39

17. А. Шаститко С. Авдашева. Адвокатирование конкуренции как часть конкурентной политики. Вопросы экономики.2005. №12. с.116

18. Г. Филюк. Конкурентна культура в системі заходів конкурентної політики. 2011. Електронний ресурс. Режим доступу: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28468/04-Fyliuk.pdf?sequence=1

19. Голота А. С. Особливості конкурентних відносин України в умовах глобалізації. Електронний ресурс. Режим доступу: http://dspace.uzhnu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/lib/2030/187.pdf.

20. Бакалінська О.О. Правове забезпечення добросовісної конкуренції в Україні: проблеми теорії та практики : дис. на здобуття наук. ступ. к. ю. н.: Національна академія правових наук України. К., 2015. 531 с.

21. Danish Competition Authority. Competition Culture.2010. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.en.kfst.dk/media/3333/competition-culture-06012010.pdf

22. Інформаційне забезпечення органів АМКУ. Конкурентне право та політика в України. Огляд ОЕСР. Електронний ресурс. Режим доступу: www.oecd.org/regreform/sectors/41165982.pdf

23. Двостороння угода № 643_303 від 13.07.2000 р. Електронний ресурс. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643_303

24. Двостороння угода № 268_118 від 17.07.2002 р. Електронний ресурс. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/268_118

25. Договір між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації «Про співробітництво в галузі конкуренції». Електронний ресурс. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643_303

26. Двохстороння угода № 051_008 від 11.05.2004 р. Електронний ресурс. Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1079.3350.0

27. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Антимонопольним відомством Австрійської Республіки від 22.10.2009. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/ control/ main/uk/publish/article/96131

28. Угода про співробітництво між Міністерством підприємництва та інвестицій Республіки Бєларусь та Антимонопольним комітетом України від 18.02.1997. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/96448

29. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Комісією з питань захисту конкуренції Республіки Болгарія від 12.12.2007. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/96436

30. Угода між Антимонопольним комітетом України та Радою з питань конкуренції Латвійської Республіки про співробітництво у галузі конкурентної політики від 29.04.2005. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/control/main/ uk/publish/article/96442

31. Угода про співробітництво між Міністерством підприємництва та інвестицій Республіки Бєларусь та Антимонопольним комітетом України від

18.02.1997. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/96448.

32. Угода про співробітництво між Антимонопольним комітетом України і Президентом Відомства з питань конкуренції та захисту прав споживачів Республіки Польща від 05.06.1997. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/ main/uk/publish/article/96446

33. Меморандум про співробітництво між Антимонопольним комітетом України та Радою з питань конкуренції Румунії від 18.11.2010. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=103364&schema=main

34. Меморандум про співробітництво в сфері захисту економічної конкуренції між Антимонопольним комітетом України та Антимонопольним відомством Словацької Республіки від 30.03.2007. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/ control/ main/uk/publish/article/96438

35. Угода про співробітництво в галузі конкурентної політики між Антимонопольним комітетом України та Агентством з економічної конкуренції Угорської Республіки від 27.01.2006. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/ control/main/uk/publish/article/96440

36. Угода про співробітництво між Антимонопольним комітетом України і Міністерством економічної конкуренції Чеської Республіки. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/96450

37. Лагутін В. Д. Теоретичні проблеми управління в сфері економічної конкуренції. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. 2012. № 1. с. 18–22.

38. Hilary G. The ABCs of advocacy: the basic principles : ICN AWG Workshop, 26th October 2012, Paris. Електронний ресурс. G. Hilary, Head of Global Relations, Competition OECD Competition Division. Paris: 2012. 7 p. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.autoritedelaconcurrence.fr /doc/ bos5_oecd_icn_oct12.pdf.

39. Шершун С.М. Адвокатування конкуренції – двигун до змін/ Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України.-2013. № 3. С. 2-7

40. Звіт Антимонопольного комітету України за 2017 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=140483&schema=main

41. Лозова Г.М. Перспективи розвитку адвокатування конкуренції в Україні. Вісник київського національного університету імені Тараса Шевченка.-№143.- 2012.

42. А. Орипов Конкурентная среда и фактори обострения конкурентной борьбы на рынке сотовой связи. Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарньїх наук. - 2013. - №4(56).-С. 138-145, с. 138.

43. Обзор тенденций в телекоммуникационной отрасли [Електронный ресурс]. - 2014. - Режим доступа: https://docplayer.ru/27873286-Obzor-tendenciy-v-telekommunikacionnoy-otrasli.html

44. Державна служба статистики України. Офіційний сайт: http://www.ukrstat.gov.ua/

45. Річний звіт про роботу національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2016 рік [Електронний ресурс].Режим доступу: https://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/6852/Zvit_NCCIR_2016.pdf

46. Суханов П. С. Инновации и технологии как ключевые факторы развития информационно-коммуникационных технологий и рынка мобильных услуг / П. С. Суханов // Научный журнал КубГАУ, 2013. - № 86(02). - С. 1-13.

47. НКРЗІ. Офіційний сайт: https://nkrzi.gov.ua/

48. ПрАТ «Київстар». Офіційний сайт: https://kyivstar.ua/uk/mm

49. ПрАТ «МТС Україна». Офіційний сайт: http://www.mts.ua/

50. ТОВ «лайфселл». Офіційний сайт: https://lifecell.co.ua/

51. Horizontal Merger Guidelines. Issued by U.S. Department of Justice and the Federal Trade Comission – August 19, 2010.

52. Звіт НКРЗІ за 2017 рік.

53. Звіт Антимонопольного комітету України за 2016 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712&schema=main

54. АМКУ. Офіційний сайт: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/index

55. Про телекомунікації. Закон України від 18.11.2003 р. №1280-IV.

56. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.96 р. № 236/96-ВР.

57. Кодекс делового поведения и этики прав «МТС УКРАИНА». Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.mts.ua/data/files/2015/05/14/Kodeks_delovogo_povedenija_i_etiki.pdf

58. Просто право. Как защититься от недобросовестной конкуренции провайдерам?: http://www.prostopravo.com.ua

59. UNCTAD, Guidelines for Implementing Competition Advocacy, Sofia Competition Forum, 2013. Електронний ресурс. Режим доступу: http://unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb_SCF_AdvocacyGuidelines_en.pdf

60. Клименко Т. А Світова практика застосування конкуренції. Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики.

61. Асаубаева А.Б. Адвокатирование конкуренции неотъемлемый элемент эффективной конкурентной политики/ Рынок и конкуренция. – 2012. – 4 с.

62. Knowledge and Human-Resource Management by Russia: Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy, Geneva, 2012. Електронний ресурс].Режим доступу: http://unctad.org/meetings/en/Contribution/ciclp2012_RT_HRKM_Russia_rus.pdf

63. WEF, The Global Competitiveness Report, 2014–2015. Електронний ресурс. Режим доступу:

http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf

64. 2015-2016 COMPETITION ADVOCACY CONTEST: WINNERS AND HONORABLE MENTIONS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldbank.org/en/events/2015/10/30/the-2015---2016-competition-advocacy-contest-how-to-build-a-culture-of-competition-for-private-sector-development-and-economic-growth#5

65. Щербакова Т. А. Модифікація конкурентної політики за умов трансформації економічних відносин. Економіка України. 2016. №4. с. 45–56.

66. Лозова Г. М. Адвокатування конкуренції як складова конкурентної політики України. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. 2012. № 1. С. 29-33

67. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Редакція Закону станом на 02.03.2014 Електронний ресурс. Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/436-15

68. Влад Ф. Діяльність ЮНКТАД – важливий чинник підвищення ефективності реалізації конкурентної політики в країнах, що розвиваються, та в країнах з перехідною економікою. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. 2012. № 4 (47). –С. 17-23

69. Геращенко, С. О. Основні напрямки конкурентної політики та її вплив на інвестиційні процеси в національній економіці. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.confcontact.com/ 2008febr/1_gerasch.php

70. Яворський, Я. Конкурентне законодавство Європейського Союзу. Право України. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.info-pressa.com/article-1151.html

71. Дідківська Л. Теоретико-методологічні засади вдосконалення адвокатування конкуренції держави. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. №2. 2010. С. 22-27.

72. Єлець О. П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf

73. Скробищ М. Адвокатирование конкуренции как фактор развития эффек- тивной конкурентной политики. Материалы Междунар. конф. по конкуренции под эгидой БРИК, Казань, 31 августа − 2 сентября 2009 года. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.bric-competition.ru/ page. php?id=70

74. Звіт Антимонопольного комітету України за 2010 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/ uk/publish/article/89512

75. Звіт Антимонопольного комітету України за 2011 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/control/ main/uk/publish/article/89514

76. Звіт Антимонопольного комітету України за 2012 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document? id=95114&schema=main

77. Звіт Антимонопольного комітету України за 2013 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/ document?id= 103172&schema=main

78. Звіт Антимонопольного комітету України за 2014 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/ document?id=110270&schema=main

79. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main

80. Лагутін В. Д. Конкуренція, довіра і реалізація інтересів ринкових суб'єктів. Вісник Інституту економіки та прогнозування. 2011. С. 32-36

81. Медведєв А., Ярчевська К. Розвиток конкурентного законодавства в умовах трансформації України. Вісник Антимонопольного комітету України, 2012. №2. с. 43-47

82. Михальчишин Н.Л. Концептуальні засади менеджменту антимонопольної діяльності . Вісник ЛНУ, 2011. №3. с. 445-450

83. Савченко І. А. Критерії ефективності конкурентної політики країн в умовах глобалізації. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журн. К.: НАУ. 2013. №1. С. 202–206

84. Соловьев В. П. Конкуренция в условиях инновационной модели развития экономики : монография. Под ред. Б. А. Малицкого ; Центр исследований науч.– техн. потенциала и истории науки им. Г. М. Доброва НАН Украины. К. : Феникс, 2006. 165 с

85. Уманців Ю. М. Конкурентна політика у системі чинників активізації економічного розвитку. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Серія «Економічні науки». 2014. № 1. С. 29-37.

86. Ус М. В. Конкурентне законодавство України в контексті інтеграції до ЄС. Електронний ресурс. Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1852/1/ 2008_09_17.pdf

87. Яструбський М. Я. Конкурентна політика в Україні на сучасному етапі економічного розвитку.2011.Електронний ресурс. Режим доступу: ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/.../ 26_168-173_Vis_720_Menegment.pdf.

88. Sustainable Public Procurement: Briefing Note by Rita Roos on behalf of the United Nations Procurement Capacity Development Centre and the United Nations Environment Programm. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.unpcdc.org/ media/390120/spp_brief_en_2012-02-06.pdf

89. Global Competition Review, Rating Enforcement, Volume 18: Issue 6, 2015 .. Режим доступу: http://globalcompetitionreview.com

90. International competition network: [Electronic source]. – Access mode :http://www.internationalcompetitionnetwork.org/

91. Organisation for Economic Co-operation and Development, ROUNDTABLE ON PROMOTING COMPLIANCE WITH COMPETITION LAW — Note by the Delegation of the Japan, June 2011. http://www.jftc.go.jp/en/int_relations/oecd.PROMOTINGCOMPLIANCE.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Сутність поняття «конкурентна політика»

Автор	Джерело, в якому згадується визначення	Сутність
Г.Філюк	Стаття «Конкурентна політика держави в умовах глобалізації», Економіка 109/2009. (Вісник київського національного університету ім.. Тараса Шевченка)	Конкурентна політика - комплекс методів, засобів, інтересів держави, наддержавних органів, спрямованих на попередження та безпосереднє припинення порушень антимонопольного законодавства, створення і захист конкурентного середовища як на національних, так і на міжнародних ринках, сприяння розвитку конкурентних відносин та добросовісної конкуренції на основі підвищення конкурентної культури суспільства
З.Борисенко	Підручник «Основи конкурентної політики»	Конкурентна політика - комплекс цілеспрямованих державних заходів, направлених на створення та захист конкурентного середовища, здійснення профілактики та безпосереднє припинення порушень конкурентного законодавства, сприяння розвитку добросовісної конкуренції на товарних ринках
Колектив авторів (О.Бакалінська, О.Вертелєва, А.Герасименко. О.Гриценко, Л.Дідківська, Н.Квіцинська,А.Медведєв Т.Щербакова тощо за заг.ред. В.Д.Лагутіна)	Посібник «Конкуренція і конкурентна політика:категорії та поняття»	Конкурентна політика – це діяльність держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захисту законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва

Додаток Б

Інструментарій адвокатування конкуренції [13, с.66]

№ п/п	Цільова група	Інструментарій адвокатування конкуренції
1.	національний уряд, державні органи влади, органи суду	1. Міжвідомчі консультації, аналіз нормативних актів за власною ініціативою або за зверненням урядових установ та організацій; 2. Офіційні та неофіційні зустрічі з представниками урядових організацій; 3. Ревізія правил антидемпінгу, захисних заходів, регламентів та інструментів зовнішньоторговельної діяльності; 4. Участь в роботі Європейського Комітету Ради Міністрів і Постійного Комі- тету Ради Міністрів.
2.	громадськість	1. Консультації з відповідними приватними і громадськими організаціями (співтовариствами підприємців і споживачів, суспільним громадськими організаціями, політичними партіями); 2. Розробка та прийняття Конкуренційного кодексу. Проведення громадських обговорень; 3. Підготовка збірок нормативних документів по конкурентному законодавству та розсилка їх за адресою 500 найбільших підприємств в Україні; 4. Підготовка відповідного відеоролик, що транслюється по ТБ-каналах для підприємців; 5. Біл-борди, агітаційна компанія в пресі для підприємців.
3.	профільні міжнародні організації та конкурентні відомства інших країн	1. Розширення міжнародних зв'язків АМК України 2. Використання позитивного досвіду зарубіжних конкурентних відомств і міжнародних організацій; 3. Інформування зарубіжних колег і бізнес-співтовариства про стан українського конкурентного середовища та зміни в конкурентному законодавстві і політиці; 4. Залучення і активна взаємодія з експертами міжнародних організацій і зарубіжних конкурентних відомств, що мають практичні напрацювання в сфері конкурентної політики; 5. Участь фахівців АМК України у заходах, що проводяться Міжнародною конкурентною мережею, ЮНКТАД з питань конкурентної політики і право- застосовної практики.
4.	бізнес-структури	1. Відкрита інформаційна політика АМК України; 2. Стимулювання створення юридичних відділів у великих компаніях, що спеціалізуються на антимонопольному законодавстві; 3. Проведення семінарів для практикуючих юристів − фахівців з антимонопольного законодавства; 4. Налагодження конструктивного діалогу між бізнесом і антимонопольними органами з питань конкуренції; 5. Залучення представників бізнесу до участі в нормотворчій діяльності з питань конкуренції; 6. Створення відповідних Експертних рад.
5.	академічні заклади, вищі учбові заклади	1. Створення спеціалізованих кафедр антимонопольного права у вищих навчальних закладах; 2. Залучення провідних фахівці антимонопольного органу до проведення занять для студентів; 3. Проведення спільних конференцій, круглих столів, семінарів.

Додаток В

НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ, ЩО ЗДІЙСНЮЄ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

РІШЕННЯ

04.08.2015 № 409

Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 20 серпня 2015 р. за № 1017/27462

{Рішення втратило чинність на підставі Рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації № 456 від 30.08.2016}

Про затвердження Розрахункових такс за послуги пропуску трафіку до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіку

Відповідно до статей 18, 57 та 66 Закону України «Про телекомунікації» Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, **ВИРІШИЛА**:

1. Затвердити Розрахункові такси за послуги пропуску трафіку до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіку, що додаються.

2. Рішення Національної комісії з питань регулювання зв'язку України від 01 грудня 2011 року № 687 «Про затвердження Розрахункових такс за послуги пропуску трафіка до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіка», зареєстроване в Міністерстві юстиції України 16 грудня 2011 року за № 1462/20200, визнати таким, що втратило чинність.

3. Департаменту економічного аналізу у встановленому законодавством порядку подати це рішення на державну реєстрацію до Міністерства юстиції України.

4. Рішення набирає чинності з 01 жовтня 2015 року, але не раніше дня його офіційного опублікування.

Голова НКРЗІ	**О. Животовський**

	ЗАТВЕРДЖЕНО **Рішення Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації** **04.08.2015 № 409**
	Зареєстровано в Міністерстві юстиції України **20 серпня 2015 р.** **за № 1017/27462**

РОЗРАХУНКОВІ ТАКСИ
за послуги пропуску трафіку до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіку

I. Розрахункові такси за послуги пропуску трафіку при наданні послуг місцевого телефонного зв'язку

№ з/п	Найменування послуги	Розрахункові такси (грн за хвилину без податку на додану вартість)
1	Термінація місцевого телефонного трафіку на місцевому рівні на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах фіксованого зв'язку	0,02

У разі термінації місцевого телефонного трафіку на телекомунікаційних мережах третіх операторів телекомунікацій додатково стягується плата за транзит місцевого телефонного трафіку на місцевому рівні.

II. Розрахункові такси за послуги пропуску трафіку при наданні послуг міжміського телефонного зв'язку

№ з/п	Найменування послуги	Розрахункові такси (грн за хвилину без податку на додану вартість)

1	Термінація міжміського телефонного трафіку на міжміському рівні на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах фіксованого зв’язку	0,23
2	Термінація міжміського телефонного трафіку на місцевому рівні на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах фіксованого зв’язку	0,11
3	Термінація міжміського телефонного трафіку на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах рухомого (мобільного) зв’язку	0,23

У разі термінації міжміського телефонного трафіку на телекомунікаційних мережах третіх операторів телекомунікацій додатково стягується плата за транзит міжміського телефонного трафіку на міжміському рівні.

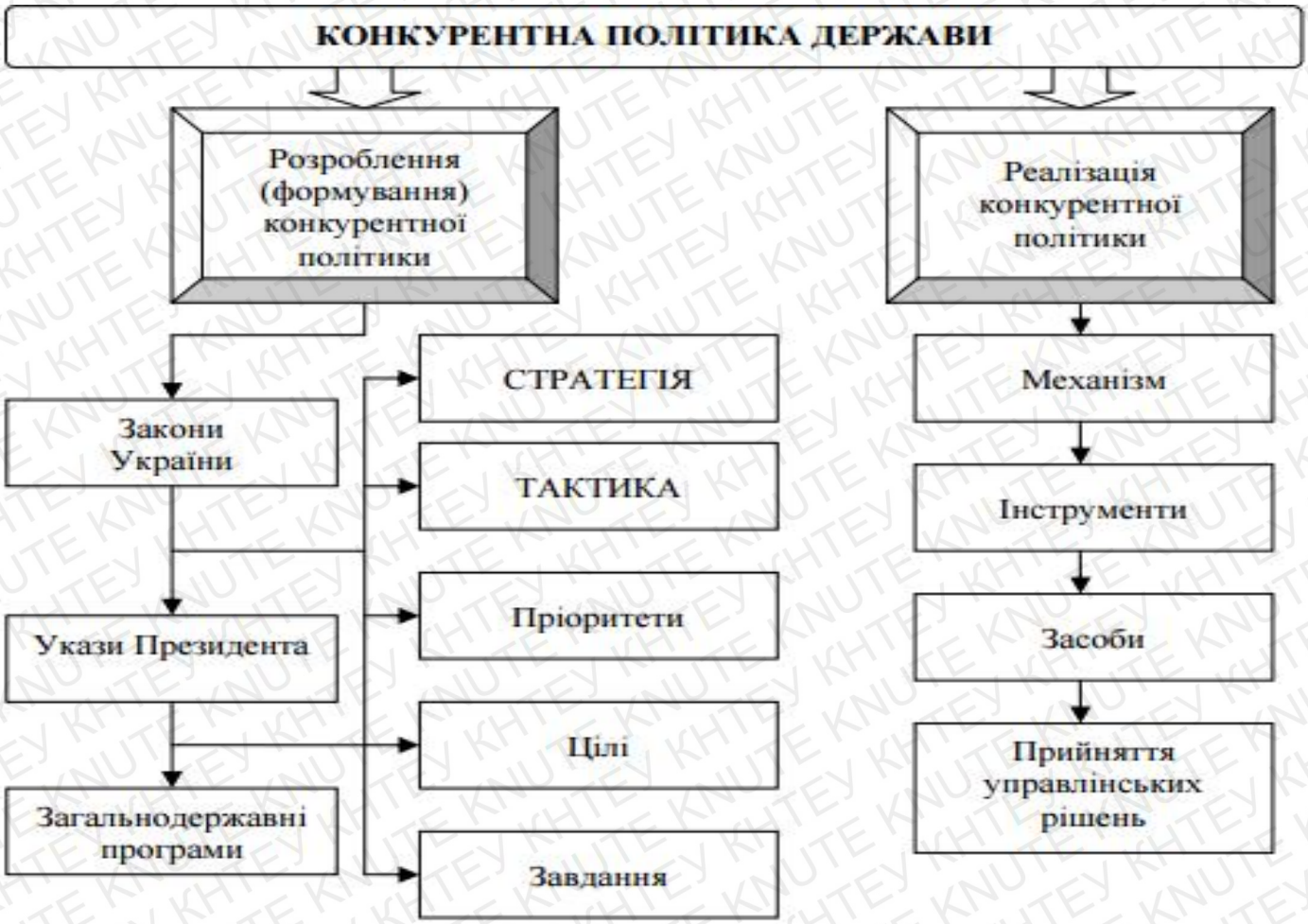
ІІІ. Розрахункові такси за послуги пропуску трафіку при наданні послуг рухомого (мобільного) телефонного зв’язку

№ з/п	Найменування послуги	Розрахункові такси (грн за хвилину без податку на додану вартість)
1	Термінація рухомого (мобільного) телефонного трафіку на міжміському рівні на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах фіксованого зв’язку	0,23
2	Термінація рухомого (мобільного) телефонного трафіку на місцевому рівні на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах фіксованого зв’язку	0,11
3	Термінація рухомого (мобільного) телефонного трафіку на телекомунікаційних мережах операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринку послуг термінації трафіку на мережах рухомого (мобільного) зв’язку	0,23

У разі термінації рухомого (мобільного) телефонного трафіку на телекомунікаційних мережах третіх операторів телекомунікацій додатково стягується плата за транзит рухомого (мобільного) телефонного трафіку на міжміському рівні.

Директор Департаменту економічного аналізу	**А. Барабін**

Додаток Г


КОНКУРЕНТНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ
Розроблення (формування) конкурентної політики
Реалізація конкурентної політики
Закони України
Укази Президента
Загальнодержавні програми
СТРАТЕГІЯ
ТАКТИКА
Пріоритети
Цілі
Завдання
Механізм
Інструменти
Засоби
Прийняття управлінських рішень