

Краузе О.І.

**НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ: ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОБМЕЖЕННЯ МОНОПОЛІЗМУ
В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Монополія є специфічним ринком, для якого характерна настільки обмежена кількість продавців, що кожен з них має можливість впливати на загальний обсяг пропозиції та, відповідно, ціну товару /послуги. Здатність такого впливу на ринок визначає ринкову владу. Крайнім прикладом монопольного ринку є чиста (абсолютна) монополія, коли в галузі діє лише одна компанія. Таким абсолютним монополістом може бути державна чи приватна компанія, або ж міжнародна організація. Найчастіше на практиці в сучасному світі зустрічається ситуація, коли монополіст домінує, але контролює не 100% ринку.

Слід зазначити, що для економік більшості країн світу характерним є наявність монополізованих секторів, вагома й специфічна частка яких належить так званим природним монополіям. Доволі часто для природних монополій характерним є ряд негативних ознак: вони не схильні до впровадження інновацій, підвищення якості продукції, забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення належного рівня конкурентоспроможності.

Природна монополія в більшості випадків утворюється історично, коли через технологічні особливості виробництва витрати істотно знижуються зі збільшенням пропозиції (ефект масштабу), за таких умов задоволення попиту за відсутності конкуренції є ефективнішим. Товари та послуги, що виробляються суб'єктами природних монополій, як правило, не мають товарів-аналогів.

Розрізняють також адміністративну монополію, яка утворюється внаслідок надання державними органами окремим господарюючим суб'єктам (здебільшого державним) виключного права на виконання певної діяльності.

Найбільш прогресивним варіантом є економічна монополія, даний вид монополії формується в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Монопольне становище на ринку завойовують «гравці», які розвивають бізнес успішніше за інших, розробили унікальну технологію або ж вивели на ринок новий продукт. В таких випадках компанія може стати тимчасовим ексклюзивним постачальником [17]. Історія бізнесу знає чимало таких вдалих прикладів:

– копіювальні апарати компанії Херох – одна з найбільш інноваційних компаній ХХ століття. Всесвітньо відома компанія, яка увійшла в історію і привчила весь світ називати копіювальні машини «ксероксами». По сьогоднішній день компанія лідером ринку з щорічним оборотом понад 20

млрд. доларів та представництвами у 160 країнах світу. Херох – це американська компанія, яка була заснована у 1906 р. у Рочестері (штат Нью-Йорк) і мала назву Haloid Company, на початках компанія виготовляла фотопапір. Паралельно розвивалась історія винахідника Честера Карлсона, який у 1938 р. створив у своїй лабораторії електрографічний відбиток. У 1947 р. фахівці Haloid Company спільно з винахідником Карлсоном удосконалили технологію ксерографії та зареєстрували торгову марку «Херох», рівно за десять років було налагоджено конвеєрне виробництво копіювальних пристроїв Херох-914. У наступні роки компанія, вже під назвою Херох Corporation, вивела на ринок чимало новинок, які завоювали популярність: лазерний принтер (початок 1970-х рр.), багатофункціональні пристрої, які поєднували в собі функції принтера, сканера і копіювальної машини (1980-ті рр.), друкарська машина iGen3 (2002 р.) пристрій отримав безліч винагород, в тому числі «5 зірок» BERTL у 2006 р. Понад 40 інноваційних друкованих пристроїв було випущено компанією у 2007 р. [20];

– безпечна бритва для гоління зі змінним двосічним лезом Gillette (винахідник Кінг Кемп Жиллетт).

Ще одним шляхом утворення ринкових монополій є добровільне об'єднання підприємств або поглинання переможцем банкрутів. Розрізняють декілька типів монополістичних об'єднань: картелі, синдикати, трести, концерни (рис. 1).

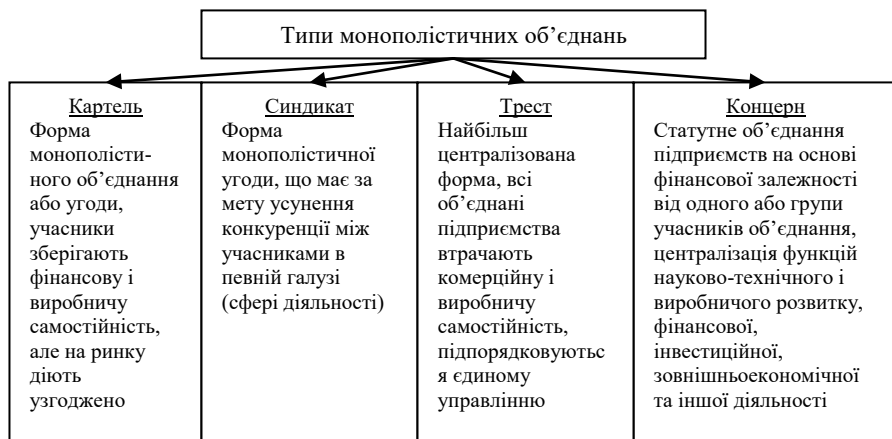


Рис. 1. Типи монополістичних об'єднань*

* сформовано автором за джерелами [18; 16; 1, ст. 120 п. 5]

Картельну угоду зазвичай укладають компанії, що працюють в одній галузі. Картельна змова означає узгодженість дій компаній, що увійшли до картелю, така змова може стосуватися питань ціноутворення на продукцію компаній та умов їх продажу, розподілу ринків збуту і сфер впливу, найму працівників, використання патентів або ж регулювання обсягів виробництва.

Картель є небезпечним явищем в економіці, оскільки ускладнює функціонування ринкових механізмів та перешкоджає конкуренції. В ряді країн картелі заборонені законодавством. Щоправда бувають випадки, коли створення картелів є корисним, наприклад за необхідності здійснення реструктуризації промисловості, стандартизації використання комплектуючих і матеріалів.

Домовленість учасників картелю тримається на довірі або примусі. Якщо один з учасників всупереч домовленості виходить з картелю і починає демпінгувати, картель розпадається.

Найбільш яскравим прикладом картелю є ОПЕК – Організація країн-експортерів нафти. До ОПЕК входять 14 країн: Алжир, Ангола, Венесуела, Габон, Еквадор, Екваторіальна Гвінея, Ірак, Іран, Кого, Кувейт, Лівія, ОАЕ, Нігерія та Саудівська Аравія. Країни-учасниці картелю сумарно контролюють близько 2/3 світових запасів нафти.

Учасники синдикату, на відміну від картелю, домовляються об'єднати свої зусилля, прикладом може бути формування єдиної точки збуту товару з метою отримання повного контролю над ринком. Якщо учасник синдикату залишає його, він втрачає доступ до цільових споживачів і збуту продукції. На відміну від картелю, синдикат є більш стійкою структурою, втім за певних умов може вважатися порушенням правил економічної конкуренції.

Прикладом синдикату є створений ще у 1887 р. синдикат цукрозаводчиків «Цукор», який об'єднав 171 завод з 219 діючих на той період часу, даний синдикат забезпечував понад 90% виробництва цукру від загального по галузі. Це об'єднання увійшло в історію як найбільша монополія.

Ще одним прикладом синдикату є група компаній De Beers, яка наприкінці минулого століття контролювала понад 90% світової торгівлі алмазами. Проте, до 2012 р. частка компанії на глобальному ринку алмазів критично знизилась до 40%.

Яскравим прикладом природної монополії є АТ «Укрзалізниця» (УЗ), 100% акцій якої належать державі. Глобальними проблемами держкомпанії УЗ є значний знос залізничного полотна (більше 1/3 шляхів потребують невідкладного капітального ремонту), рухомого складу та загалом логістичної інфраструктури. Зношеність вантажних вагонів становить близько 90%, локомотивів – майже 95%. Темпи електрифікації УЗ вкрай низькі (близько 50%), підприємство щорічно спалює дизпалива на

мільярди гривень, що становить значну загрозу для екології та знижує спроможність інвестиційних програм УЗ. Також негативно на розвитку підприємства позначається хронічне недофінансування. У 2021 р. виробництво вантажних вагонів для УЗ скоротилось в Україні на 75%. Все це призводить до посилення експлуатаційних показників, зниження якості обслуговування, збитків для відправників та одержувачів вантажів, недоотримання державою колосальної суми коштів (доходів).

В інформаційному просторі неодноразово піднімалися питання щодо фокусування УЗ на інтересах великих корпорацій, демпінгування при визначенні ставки оренди рухомого складу та можливої картельної змови з найбільшими «гравцями ринку».

За таких умов приватні компанії не мають можливості конкурувати з монополістом. Основними ознаками зловживання монополістичним становищем в даному випадку є: тотальний контроль вагоноремонтних потужностей, монополія на тягу, монополія на маневрові локомотиви, монополія на надання інформаційних послуг (відсутність у приватних операторів ринку доступу до інформації щодо наявності вагонів на станціях і локомотивів на ділянках, ремонтних даних, виконання планів навантаження), переваги у використанні інфраструктури, встановлення заборон і конвенцій на переміщення вагонів приватних операторів до місць розвантаження /завантаження [13].

Голова Комітету економістів України А. Новак зазначив, що тотальний контроль монополіста завжди призводить до підвищення цін і тарифів при низькій якості надання послуг [6].

Яскравим прикладом вдалої демонополізації є «Укрпотшта», на ринку створено умови для конкурентної боротьби, в результаті чого українські споживачі отримали можливість вибору та належну якість послуг з доставки. Так, у 2001 р. було створено службу експрес-доставки «Нова пошта», перші три роки компанія не мала чіткої бізнес моделі та значних замовлень. Лише у 2004 р. «Нова пошта» отримала свого першого серйозного партнера, компанія «Мобілочка» уклала з «Новою поштою» довгостроковий контракт на доставку своєї продукції (мобільних телефонів) у найбільші міста України. Лише у 2007 р. «Нова пошта» отримала свій перший прибуток, а вже наприкінці 2008 р., завдяки правильно обраній стратегії розвитку, «Нова пошта» продемонструвала значне зростання. 2014 р. став для компанії, як і для всієї України, часом випробувань, компанія втратила близько 30% своїх відділень. Поштовхом для подальшого розвитку стало відкриття представництв у Грузії та Молдові, компанія змогла закріпитись на ринку міжнародної доставки і стала надійним партнером для багатьох європейських компаній. З 2015 р. «Нова пошта» розширила асортимент послуг і вивела на ринок цілий комплекс різноманітних

логістичних і фінансових сервісів [14]. На сьогоднішній день «Нова пошта» є лідером на ринку експрес-доставок (доставка документів, посилок, вантажів) в Україні, налічує 1226 відділень, де працює 13 тис. співробітників. «Нова пошта» працює як з фізичними особами, так і з малим, середнім та великим бізнесом [15].

У такий спосіб «Нова пошта» стала основним конкурентом «Укрпошти». Основні конкурентні показники наведено в табл. 1., наведені показники свідчать про наявність конкурентної боротьби на ринку поштових послуг. В результаті появи конкуренції «Укрпошта» за останні роки значно покращила якість обслуговування, зазначимо, що у 2018 р. показник лояльності, визначений за допомогою послуги «таємний покупець» був від'ємним і становив «- 23%» [8].

Таблиця 1

Порівняння показників розвитку компаній*

Показник	«Укрпошта»	«Нова пошта»
Кількість відділень	≈ 11 000	1 226
Ринкова частка на ринку посилок в Україні, %	11	75
Ринкова частка на ринку міжнародних посилок, %	70	8
Кількість співробітників	52 963	13 000
Кількість автоматизованих сортувальних центрів	0	3
Рівень лояльності клієнтів, %	33	77

*Сформовано автором за джерелами [15; 8]

Однією з найскладніших проблем на сьогоднішній день залишається питання врегулювання діяльності державних монополій в Україні. Система державних монополій тривалий час, по суті, залишалась скелетом вітчизняної економіки, обростаючи за десятиліття свого існування в недореформованому, транзитному стані численними схемами. Контроль над державними монополіями є основним джерелом корупційних доходів. Протягом всіх років незалежності монополізовані державою сфери економіки були, з одного боку «дійними коровами», які приваблювали колосальними фінансовими ресурсами, а з іншого – відбувалось стрімке старіння основних фондів, відсутність інвестицій в модернізацію [12].

Для розвитку ефективного економіки необхідним є наявність здорової конкуренції, яка спонукає підприємства до розвитку, змагання підприємств за споживача шляхом підвищення якості пропонуванних товарів і послуг, провадження цінових методів конкуренції.

З метою врегулювання діяльності природних монополій у 2000 р. прийнято Закон «Про природні монополії», який фіксує перелік природних монополій в різних секторах економіки. Такі підприємства є стратегічно

важливими і з метою гарантування національної безпеки та належного рівня розвитку потребують зберігання їх в державній власності.

Закон України «Про природні монополії» у п. 1 ст. 1 дає наступне тлумачення: «природна монополія – стан товарного ринку, при якому задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю товару в міру збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), що виробляються суб'єктами природних монополій, не можуть бути замінені у споживанні іншими товарами (послугами), у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на ці товари (послуги), ніж попит на інші товари (послуги)» [3, ст. 1 п.1].

Відповідно до зазначеного закону, суб'єктом природних монополій може бути господарюючий суб'єкт будь-якої форми власності, який є виробником продукту (товару, послуги) на ринку, що знаходиться у стані природної монополії.

Законодавче регулювання діяльності природних монополій в Україні здійснюється на підставі:

- кодексів України: Повітряного кодексу та Кодексу торговельного мореплавства;

- Законів України: «Про природні монополії», «Про захист економічної конкуренції», «Про транспорт», «Про трубопровідний транспорт», «Про залізничний транспорт», «Про державне регулювання у сфері комунальних послуг», «Про ринок електричної енергії», «Про національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг», «Про питну воду та питне водопостачання», «Про теплопостачання», «Про ринок природного газу» та інших нормативно-правових актів, що встановлюють особливості провадження господарської діяльності у сферах природних монополій [3, ст. 3 п. 1].

Державне регулювання діяльності природних монополій повинно здійснюватись з дотриманням принципів адресності, прозорості і відкритості, бути спрямованим на захист інтересів економіки та споживачів.

Законодавчо також визначено сфери діяльності суб'єктів природних монополій:

- транспортування трубопроводами нафти і нафтопродуктів;
- транспортування /розподіл трубопроводами природного і нафтового газу;
- зберігання надлишків (запасів) природного газу;
- транспортування трубопроводами інших речовин;
- передача електроенергії;

- розподіл електроенергії локальним електромережам;
- управління повітряним рухом;
- користування об'єктами інфраструктури, що забезпечують рух залізничного транспорту загального користування;
- централізоване водопостачання та /або водовідведення;
- транспортування теплоенергії;
- спеціалізовані послуги на внутрішньому водному транспорті, морських портах та аеропортах з визначеним Кабінетом Міністрів України переліком;
- технічне обслуговування та експлуатація мереж ефірного теле- та радіомовлення, ефірної багатоканальної електронної комунікаційної мережі [3, ст. 5 п. 1].

Формування та реалізація конкурентної політики, а також контроль в сфері недопущення зловживання монополюючим становищем покладено на Антимонопольний комітет України (АМКУ). Відповідно до чинного законодавства, основними завдання АМКУ є:

- провадження державного контролю щодо дотримання норм чинного законодавства про захист економічної конкуренції беручи за основу рівність суб'єктів господарювання перед законом та пріоритетність прав споживачів;
- запобігання порушень законодавства про захист економічної конкуренції, виявлення та припинення таких порушень;
- контроль за діяльністю суб'єктів природних монополій;
- мотивування до розвитку добросовісної конкуренції;
- роз'яснення норм законодавства в сфері захисту економічної конкуренції;
- та інші завдання, орієнтовані на забезпечення розвитку добросовісної конкуренції [4].

За умови доведення вчинення господарюючими суб'єктами антиконкурентних узгоджених дій чи зловживань домінуючим становищем, АМКУ накладає штрафи, зобов'язує господарюючий суб'єкт припинити порушення, а також може прийняти рішення щодо примусового поділу монополіста. Основною метою діяльності АМКУ є забезпечення дотримання учасниками ринку правил добросовісної конкуренції. А на ринках природних монополій, тобто на таких ринках, де конкуренція об'єктивно є неможливою, функцію стримання недобросовісних монополюючих проявів виконують створені державою спеціальні органи – нацкомісії, такі комісії діють в енергетиці, зв'язку, комунальних послугах, транспорті [19].

Зведений перелік суб'єктів природних монополій ведеться та систематично оприлюднюється Антимонопольним комітетом України. Так станом на 31.12.2023 р. з урахуванням інформації, наданої обласними

державними адміністраціями, до природних монополій було віднесено 188 суб'єктів господарювання.

Монополізація є можливою лише в межах певного ринку, тобто монополізація залежить від ринку, який характеризується конкретними товарами, часовими і географічними межами. В результаті певних історичних умов формування української економіки виникла висока концентрація на певних ринках, як приклади можна назвати вітчизняний металургійний та хімічний комплекси. Колись ці підприємства обслуговували потреби всього радянського союзу, після розпаду якого підприємство перейшло до приватної власності, в силу того, що межі підприємства звужились від 1/6 частини суходолу радянського союзу до території України, сформувались передумови до його домінування на певному ринку. Найбільш відчутним вплив монополій є на таких українських ринках, як енергетика, металургія, нафтогазова сфера, залізниця, транспорт, пошта, тобто мова йде про сфери, де присутні елементи природних монополій, або ж які історично є високо концентрованими. Доволі часто монополії виникають або за участі держави, або ж в результаті неефективності державного впливу (контролю) [19].

Господарська діяльність лівової частки суб'єктів природних монополій спрямована на транспортування теплоенергії, централізоване водопостачання та водовідведення. Основною проблемою природних монополій в Україні є те, що і по сьогоднішній день здебільшого збереглися монополії, в переважній більшості державні або комунальні суб'єкти господарювання, які господарюють на безальтернативній основі, що в більшості випадків не стимулює розвиток: основні фонди знаходяться на межі зносу, якість та ефективність надання послуг на низькому рівні.

Чинним законодавством передбачено ряд інструментів щодо обмеження зловживань природних монополій, але ці інструменти не використовуються в повній мірі. Державний контроль за дотриманням вимог господарюючими суб'єктами щодо захисту економічної конкуренції покладено на Антимонопольний комітет України, громадський контроль здійснюється «об'єднанням споживачів». Контроль діяльності природних монополій здійснюється національними комісіями, які підзвітні Верховній Раді України та підпорядковуються Президенту України.

За висловлюванням відомого американського економіста Генрі Ллойда, «монополія – це бізнес в кінці своєї подорожі» [10].

Для динамічного розвитку ринку необхідною умовою є наявність на ньому вільної та чесної конкуренції, відповідно наявність великою кількості гравців ринку, які в чесній боротьбі змагаються за споживача, тим самим змушені підвищувати якість продукції та сервіс обслуговування, впроваджувати інновації, оптимізувати цінову політику та інше.

Провадження на ринку добросовісної конкуренції йде на користь всім учасникам ринку:

- виробника стимулює до розвитку, не дає «засиджуватися в зоні комфорту», спонукає до підвищення рівня компетентності кадрового складу, впровадження інновацій, оновлення основних виробничих фондів, придбання сучасного енергозберігаючого та високоефективного обладнання, пошуку кращих умов постачання сировини (ціна-якість), пошуку можливостей розширення ринків збуту, невинного докладання зусиль до формування та втримання конкурентних переваг та зміцнення конкурентоспроможності;

- споживач від провадження на ринку добросовісної конкуренції отримає можливість вибору виробника, можливість придбання продукту кращої якості та за кращою ціною;

- зиск від провадження добросовісної конкуренції отримує також і держава – насамперед це зміцнює імідж держави на світовому ринку, стимулює розвиток економіки, пожвавлення зовнішньоекономічної торгівлі, збільшує надходження податків до державного бюджету, зменшує соціальну напругу в суспільстві.

За умов монопольного ринку лєвова частка ресурсів зосереджена у межах влади обмеженого кола компаній, споживачі змушені приймати встановлені такими компаніями правила гри. Природні монополії здебільшого отримують необґрунтовані дотації та пільги від держави, не мають мотивації до розвитку, впровадження інновацій, нерідко застосовують демпінгові технології, диктують споживачу цінову політику, вступають в анти конкурентні змови з «вигідними гравцями ринку» та багато іншого, що негативно позначається на економіці.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України. редакція від 08.03.2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Про захист економічної конкуренції: Закон України, чинна редакція від 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
3. Про природні монополії: Закон України від 20.04.2000 № 1682-III, чинна редакція від 12.12.2022 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/t001682>
4. Антимонопольний комітет України: Завдання та повноваження. Офіційний вебпортал. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zavdannya-ta-povnovazhennya>
5. Зведений перелік природних монополій 2023. Антимонопольний комітет України. Офіційний вебпортал. URL: <https://amcu.gov.ua/napryami/konkurenciya/arhiv-zvedenogo-pereliku-prirodnih-monopolij/zvedenij-perelik-prirodnih-monopolij-2023>
6. Гавриляк І. «Укрзалізницю» потрібно позбавити монополії – економіст. URL: <https://glavcom.ua/economics/business/ukrzaliznitsju-potribno-pozbaviti-monopoliji-ekonomist-966811.html>
7. Гарбуз Ю.О. Регулювання природних монополій. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-2771/>

8. Головін В. «Нова пошта» покінчила з монополією «Укрпошти». Держоператор прокинувся і повертається в бій. URL: <https://forbes.ua/company/nomer-vidstezhennya-02012021-811>
9. Державні монополії, державні компанії та компанії з виключними та спеціальними правами. *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій*. URL: http://www.ier.com.ua/ua/Ukraine_EU_project/materials/AA_title_4/competition/state_monopoly
10. Кісіль Р. Монополія на ринку поштових послуг. *Meest*. URL: <https://ua.meest.com/news/novini-kompanii/monopolia-na-rinku-postovih-poslug>
11. Кісіль Р. Як монополія вбиває ринки та чому це погано. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/stylar/monopoliya-ubivaet-rynki-pochemu-eto-ploho-1605704430.html>
12. Крамар О. Державні монополії: на сторожі конкуренції. URL: <https://tyzhden.ua/derzhavni-monopolii-na-storozhi-konkurentsii/>
13. Мкртчян Е. Зухвалість монополіста або Картельні змови УЗ і колапс залізничної логістики. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/08/31/677332/>
14. Нова пошта. Історія успіху без протекторату. URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/nova-poshta>
15. Офіційний сайт компанії «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii
16. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%F2%F0%E5%F1%F2>
17. Стаджі Д. Сам собі конкурент. Що таке монополія і як вона підриває ринок. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/sam-sebe-i-konkurent-i-regulyator-hto-takoe-monopoliya-02062021-426816>
18. Суков О. Антикризова змова. Що таке картель і чим він згубник для економіки. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/nezakonnyy-dogovor-hto-takoe-kartel-i-chem-on-gubitelen-dlya-ekonomiki-03032021-417645>
19. Терентьєв Ю. «Монополія неможлива без держави». Інтерв'ю Голови Комітету віданню «Рейтинг». URL: <https://amcu.gov.ua/news/monopoliya-nemozhliva-bez-derzhavi-intervyu-golovi-komitetu-vidannu-rejting>
20. Xerox – історія успіху. URL: <https://vikna.if.ua/cikavo/117330/view>