

Диференціація засобів регулювання конкурентних відносин

На сучасному етапі конкуренція є важливим та дієвим механізмом, який забезпечує високоефективність, пропорційність та динамічність ринкових відносин як у галузі виробництва, так і реалізації товарів чи послуг. Проблема державного регулювання конкурентного середовища на ринку не є новою. Але, поза сумнівом, дослідження та розробка заходів, спрямованих на захист та розвиток конкуренції, є актуальними і сьогодні. Це пояснюється тим, що для країн із розвинутою економікою конкурентне середовище є обов'язковою умовою і сутнісною рисою існування.

Конкуренція становить могутній засіб розвитку підприємництва. Без неї не можуть існувати і розвиватися ринкові відносини. Саме тому конкуренція всіляко заохочується і підтримується державою шляхом пошуку найбільш ефективних засобів регулювання умов підприємницької діяльності.

Яким же чином відбувається державне регулювання конкуренції?

Передусім держава здійснює правовий захист підприємців і споживачів від недобросовісної конкуренції. В Україні діє Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції", який спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних засобів ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Закон створює сприятливі умови захисту прав і інтересів учасників ринкових відносин, формує основи цивілізованої економічної конкуренції.

Держава захищає підприємців від неправомірного використання фірмових найменувань, "оманливої" реклами. Антимонопольне регулювання підприємницької діяльності, захист від недобросовісної конкуренції спрямований на підвищення ефективності підприємницького сектора, гармонізації його інтересів з інтересами суспільства в цілому.

Головним напрямком регулювання конкуренції є сприяння розвитку середнього та малого підприємництва, забезпечення сприятливих умов для розширення мережі нових підприємств. Активна політика держави щодо підтримки малого та середнього підприємництва, посилення контролю за ринками є заходом створення конкурентного середовища. Саме таке середовище у найкращий спосіб стимулює підприємництво, пошук нових шляхів задоволення суспільних потреб.

Водночас держава враховує інтереси зростання фірм, підвищення ефективності та конкурентоспроможності їх діяльності. Тому втручання держави в процеси зростання фірми, збільшення її частки в загальному обсязі виробництва й збуту не можуть бути прямолінійними, надмірно жорсткими. Адже бажання суб'єктів підприємницької діяльності знайти додаткову підтримку, узгодити та захистити свої інтереси можуть виявитися у створенні

форм виробничої, фінансової та комерційної взаємодії. Такі заходи спрямовані на зниження витрат виробництва, підвищення якості продукції, освоєння нових ринків, зростання обсягу продаж.

Аналіз конституційних норм і принципів дає можливість зробити висновок, що Конституція України розглядає підтримку та захист конкуренції як двобічне правове явище. З одного боку, це особлива діяльність держави, спрямована на забезпечення конкуренції в економіці, а з іншого, – економіко-правова гарантія реалізації конституційного принципу права на підприємницьку діяльність не заборонену законом.

З цієї точки зору підтримка конкуренції виявляється в обов'язковій діяльності держави в особі її органів, посадових осіб зі створення умов для виникнення розвитку та існування добросовісної конкуренції, а також недопущення зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірного обмеження конкуренції та недобросовісної конкуренції.

В Україні створено умови для практичної реалізації положень Конституції України, проведено значну роботу з реорганізації заснованих на державній власності суб'єктів господарювання, у процесі підготовки їх до приватизації, поділу державних монопольних утворень, ліквідації державних організаційних структур монопольного типу. Внаслідок цього на загальнодержавних та регіональних ринках з'явилися десятки тисяч самостійних суб'єктів господарювання, що дало змогу створити передумови для подальшого розвитку конкурентного середовища.

Разом з тим певні загальнодержавні ринки все ще характеризуються високим рівнем монополізації. Подібна ситуація зберігається і на окремих регіональних ринках.

Негативно впливає на розвиток економіки недосконалість системи державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій. Водночас саме ці суб'єкти найчастіше допускають зловживання монопольним становищем на ринку.

Постає питання: як саме здійснювати регулювання на різних ринках? Отже, розглянемо декілька сфер, для того щоб відповісти на дане питання. Почнемо з ринку зв'язку.

Основними галузями зв'язку є: поштовий зв'язок; телеграфний зв'язок (фототелеграфний і факсимільний); міжміський телефонний зв'язок; місцевий телефонний зв'язок; IP-телефонія; мобільний зв'язок (рухомий, бездротовий, стільниковий); радіозв'язок; провідне мовлення; радіомовлення і телебачення та космічний зв'язок

Бар'єрами входу на ринок рухомого (мобільного) зв'язку перш за все є необхідність отримання ліцензії доступу до радіочастот, також сюди слід віднести високу капіталомісткість діяльності з надання послуг мобільного зв'язку, тобто необхідність величезних витрат на створення мережі базових станцій для забезпечення достатнього рівня покриття. Враховуючи стрімко розвиваючий світ телекомунікацій, стандартними послугами зв'язку важко тривалий час втримувати свої позиції на ринку, тому ще одним бар'єром для

нових операторів на сьогодні є необхідність у постійній диверсифікації послуг.

Сьогодні оператори рухомого (мобільного) зв'язку виходять на ринки надання фінансових послуг шляхом забезпечення власним абонентам можливості користування електронними платіжними системами. Разом з тим, одним із останніх трендів великих операторів стали комплексні продажі, із стартовими пакетами, покупцям почали пропонуватися смартфони, роутери і багато інших подібних дивайсів зі знижкою. Основною метою таких продажів є стимулювання переходу вже існуючих або нових абонентів на користування послугами нещодавно запущеної в Україні технології 4G.

З такими блискавичним маркетинговими інструментами оператори часто стають об'єктами розслідувань АМК України. Особливо поширеними серед компаній на ринку мобільного зв'язку є правопорушення в сфері недобросовісної конкуренції, а саме поширення інформації, що вводить в оману споживачів стосовно умов тарифікації дзвінків [1].

Також нещодавно було повідомлення про порушення справи проти мобільних операторів "Київстар", "ВФ Україна" і "Лайфселл" за абонплату, що становить 28 днів, а не 30, тобто місяць[2].

Таким чином, ситуація на ринку мобільного зв'язку України на сьогоднішній день досить неоднозначна. Попри те, що на ринку існує загроза існування дуополії (Київстар та ВФ України займають станом на початок 2018 року більше 80 % ринку із щорічним зростанням), ринок все ж носить частково конкурентний характер за рахунок існування необхідності в постійній диверсифікації послуг зв'язку. Оператори активно змагаються між собою шляхом розробки нових продуктів для ринку зв'язку, відходячи від стандартних послуг[2]. Наразі основним негативним наслідком такої конкурентної боротьби є значне підвищення тарифів на фоні недосконалого мобільного зв'язку.

Тож ключовими завданнями держави є забезпечення доброчесності операторів по відношенню до своїх конкурентів та абонентів, постійний моніторинг якості наданого операторами зв'язку а також регулювання рівня тарифів на послуги зв'язку.

Також необхідно розглянути будівельну галузь, а саме будівництво багатоповерхових будинків та індивідуальне будівництво.

На теперішній час на будівельному ринку житла переважне положення мають підприємства, які можуть гарантувати будівництво об'єктів у стислі терміни, мінімальну, проте реальну вартість і високу якість. В цьому плані маркетингова діяльність повинна враховувати не тільки потреби клієнтів, але також і стратегії конкурентів. Першим кроком в цьому напрямку є аналіз їх діяльності, а наступним – розробка своєї стратегії [3].

Однією з перешкод розвитку конкурентних відносин на ринку житла є відсутність надійної і достовірної інформації про стан ринку будівельних послуг. Наслідком цього є зниження конкуренції на ринку будівництва, яке ще більше погіршує стан житлового господарства і затримує вихід України на світовий будівельний ринок житла. Гостро стоїть проблема і збору

інформації про конкурентів. Для будівельних підприємств найлегше отримувати первинну інформацію, яка збирається від споживачів, посередників та з інших джерел. Велика роль і неформальних методів збору даних, які здійснюються, найчастіше, шляхом проведення технічної та комерційної розвідки. [4]

На даний момент рівень конкуренції зростає, при тому що рентабельність будівельного бізнесу знижується. На ринку житла все відчутніше конкуренція і боротьба за увагу платоспроможного клієнта. У поточній ринковій ситуації стимулювати попит потенційних покупців дозволяють: грамотна концепція проекту, якість будівництва, продумана стратегія маркетингу і політика ціноутворення, що відповідає очікуванням клієнта, а також високий рівень експлуатації комплексу.

На мою думку, на ринку будівництва немає такого попиту, який би переважав над пропозицією. Через завищення цін, споживачі не в змозі купувати житло. Звісно, держава контролює ринок будівництва, встановлюючи певні нормативи та стандарти будівництва, регулюючи конкуренцію. Але на даний момент ці питання не досконало вирішені, адже суб'єкти конкурентних відносин не зважають на це і порушень стає дедалі більше. Держава повинна краще стимулювати розвиток конкуренції та регулювання цін на даному ринку.

Також необхідно розглянути особливості функціонування фармацевтичного ринку в Україні.

За останні роки розвиток фармацевтичного ринку як у світі, так і в Україні є безпрецедентним. Зростання потреби в лікарських засобах, обсягу й асортименті їх пропонування, економічної привабливості фармацевтичного бізнесу, кількості суб'єктів господарювання, а звідси — зростання конкуренції спонукають товаровиробників цієї специфічної продукції до впровадження нових стратегій і програм, спрямованих на підвищення своєї конкурентоспроможності, завоювання й утримання стійких конкурентних позицій. Як наслідок, фармринок характеризується швидким зростанням промислового виробництва, високим рівнем конкуренції та насиченості. разом з тим фармацевтичний ринок має ряд особливостей, що відрізняють його від ринків інших товарів, а саме: різноманітний асортимент препаратів, тривалий цикл розробки, висока наукоємність, нееластичний попит, тобто залежність попиту від епідемії, стихійних лих й інших екстремальних ситуацій [5].

При цьому в міжнародному рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом Україна за 2013–2014 рр., порівняно з 2012–2013 рр., опустилася із 73-го на 84-те місце (із 148 країн світу) [8]. На думку експертів, основним чинником, що спричинив таку динаміку, є недосконалість інституційного середовища, яке характеризується надмірною бюрократизацією, фаворитизмом та непрозорістю.

Ринки лікарських засобів, на відміну від багатьох інших галузей, жорстко регулюються положеннями, які стосуються умов обігу товару, вимог щодо

якісних характеристик продукції та дозволів, ціноутворення, а також захисту прав інтелектуальної власності.

Такий ринок має обмежені можливості доступу на нього для нових учасників, зокрема, за рахунок існування таких бар'єрів вступу на ринок:

- 1) адміністративних, встановлених Ліцензійними умовами впровадження господарської діяльності;
- 2) економічних, що пов'язані із суттєвими витратами або значними обсягами інвестицій;
- 3) організаційних, що напряму пов'язані зі стратегіями поведінки значущих суб'єктів господарювання, що діють на ринках.

Наявна на теперішній час структура ринку в сукупності з бар'єрами входження на нього створює умови, за яких розвиток конкуренції є складним. З метою сприяння розвитку конкурентного середовища на загальнодержавному ринку надання послуг з постачання оптових партій лікарських засобів та медичних виробів у широкоасортиментному наборі АМКУ вважає за необхідне дозволяти суб'єктам оптової торгівлі виконувати діяльність зі зберігання та транспортування лікарських засобів іншим суб'єктам господарювання на підставі відповідних договорів з дотриманням кожною стороною вимог Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з оптової торгівлі лікарськими засобами, крім лікарських засобів, придбаних за бюджетні кошти або отриманих у вигляді гуманітарної допомоги, а також належної дистриб'юторської практики та належної практики зберігання, затверджених уповноваженим органом[6].

Крім того, на думку окремих дослідників, стан вітчизняного фармацевтичного виробництва характеризується значним відставанням від закордонних підприємств, обумовлений недостатньою пристосованістю до нових господарських умов і дефіцитом інвестиційних ресурсів, що зводить нанівець конкурентну боротьбу вітчизняних фармвиробників з імпортерами. У цьому контексті виникає запитання: «Що саме є причиною об'єднання великих фармацевтичних компаній?».

На думку дослідників, основною причиною об'єднання великих корпорацій у ще більші структури є збільшення ними витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи. Щоб компанія могла успішно конкурувати з іншими, їй необхідно випускати на ринок щороку кілька нових оригінальних ліків (брендів), але на створення такого лікарського засобу потрібно до 10 років досліджень та сотні мільйонів доларів на рік. Такі ризиковані й довгострокові проекти потребують фінансування. Отже, об'єднані наукові бюджети провідних фармкомпаній досягають щороку розмірів від одного до 7 млрд дол. США [7]. Однак постає питання щодо ефективності таких витрат. Так, за інформацією засобів масової інформації, фармацевтична промисловість інвестує 27 млрд дол. щороку в дослідження, але більша їх частина — гонитва за препаратами, які подовжують або полегшують життя споживачів, що й так відносно здорові.

На мою думку, для того щоб конкуренція була добросовісною та ефективною, необхідно впровадження нових технологій, розробка нових

препаратів і, звісно, ж приведення законодавства до відповідного рівня, і тоді національні виробники будуть в змозі конкурувати з іноземними виробниками.

Також необхідно зазначити про природні монополії.

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)".

Отже, природна монополія — сфера економіки, що ефективно функціонує за умови, якщо весь ринок охоплює лише один господарюючий суб'єкт.

Існування природних монополій пояснюється тим, що через значну капіталоємність їх суб'єктів вираш від наявності конкуренції на цих ринках не покриває значних витрат суспільства на її запровадження і підтримання.

З економічної точки зору природна монополія існує, коли ефект масштабу настільки великий, що один суб'єкт може забезпечити весь ринок, маючи при цьому нижчі витрати на виробництво одиниці продукції, ніж їх би мав ряд конкуруючих суб'єктів. Прикладом може бути знов таки діяльність підприємств, що надають суспільству послуги з електропостачання, зв'язку тощо. У цьому разі ефект масштабу у виробництві та розподілі товару забезпечує отримання ефекту низьких витрат на виробництво одиниці продукції і виходячи з цього — низьку ціну. За цих умов конкуренція є нерентабельною. Якщо б ринок поділити між виробниками, ефекту масштабу не було б досягнуто. Витрати на виробництво одиниці продукції мали бути значними і відповідно товари мали б високу ціну, яка б забезпечувала покриття витрат на виробництво.

Сьогодні в Україні суб'єкти природних монополій діють на таких ринках:

- транспортування нафти і нафтопродуктів трубопроводами;
- транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл;
- транспортування інших речовин трубопровідним транспортом;
- передачі та розподілу електричної енергії; та ін.

Державне регулювання необхідно перш за все для захисту інтересів споживачів, товарів і послуг суб'єктів природних монополій, а також для підвищення економічного ефекту від їх діяльності. Воно відбувається на основі збалансування інтересів суспільства, суб'єктів природних монополій та споживачів їх товарів.

Регулюванню підлягають усі відносини, що виникають на товарних ринках України, які перебувають у стані природної монополії, та на суміжних ринках за участю суб'єктів природних монополій. Суб'єкти

природних монополій діють на ринках, що мають для держави та суспільства першочергове соціальне значення. Вони є тією інфраструктурою яка забезпечує життєдіяльність держави. Ефективна діяльність суб'єктів природних монополій має не лише економічне, а й політичне значення. Виходячи з цього, з метою регулювання ринків, що перебувають у стані природних монополій, в Україні передбачено діяльність національних комісій з регулювання суб'єктів природних монополій, які мають діяти у різних галузях та сферах економіки.

Регулювання діяльності суб'єктів природних монополій здійснюється національними комісіями регулювання природних монополій, які утворюються і функціонують відповідно до Закону про природні монополії.

Тобто, природні монополії контролюються державними органами, які в свою чергу встановлюють ціни на товари, що виробляється, що виключає наявність конкуренції на даному ринку. На мою думку, необхідно вдосконалення державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій та посилення державного контролю за їх діяльністю.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зазначити, що будь-яка конкурентна реформа чи розвиток конкуренції повинен мати якнайменше три складові. По-перше, це політика держави, спрямована на розвиток конкуренції і секторів економіки, на стимулювання і появу нових гравців на ринках. По-друге, спроможні інституційні регулятори, відповідальні за певні сфери розвитку економіки, які використовують правила, спрямовані на захист конкуренції і розвиток секторів економіки. По-третє, наявність законодавства про захист економічної конкуренції і сильного спроможного конкурентного відомства, який має ефективний механізм попередження антиконкурентних дій суб'єктів господарювання та органів державної влади. Також важливою має бути й четверта складова, а саме, належна судова реформа. Тобто права суб'єктів господарювання та органів влади мають бути належним чином захищені у судах.

Список використаної літератури:

1. Звіт АМКУ за 2017 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/>
2. В. В. Хрустальова. Ринок послуг мобільного зв'язку України: тенденції та перспективи розвитку. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2019/8.pdf
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сандерс, В. Вонг ; пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.-СПб.-К. : Вильямс, 1998. — 1056 с.
4. К.В. Павлов. Формування конкурентних відносин на регіональних ринках житлової нерухомості.
5. В. М. Пашков. Проблеми забезпечення фармацевтичної продукції в умовах глобалізації.
6. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/450067>
7. Миронишина О. В. Глобалізація фармацевтичної індустрії: наслідки впливу для української економіки / О. В. Миронишина // Вісн. Донец. ун-ту. — 2007. — № 2. — С. 159–168.
8. Вальдфогель Д. Тиранія ринку. Чому ви не завжди можете отримати те, чого хочете / Джоель Вальдфогель ; пер. Б. Егідис. — К. : Темпора, 2011. — 288 с