



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

10 вересня 2026 р.

Київ

№ 13-рк

Театрально-видовищним
підприємствам та культурно-
освітнім закладам

Про надання рекомендацій щодо
здійснення заходів, спрямованих
на розвиток підприємництва і конкуренції

1. ПРЕДМЕТ РЕКОМЕНДАЦІЙ

- (1) В Антимонопольному комітеті України (далі – Комітет) здійснюється контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції суб'єктами господарювання, що здійснюють діяльність з продажу (реалізації) квитків на заходи (зокрема театрально-видовищні, культурно-просвітницькі заходи організації дозвілля та фізкультурно-оздоровчі, спортивні заходи) (далі – Контроль).
- (2) Здійснення Контролю пов'язано зі зверненням, зокрема, громадської спілки «Забезпечення прав відвідувачів культурно-масових заходів України» (далі – Спілка) від 05.11.2025 № 05 (вх. Комітету № 8-01/16080 від 11.11.2025) щодо ситуації, яка складається на ринку автоматизованих систем продажу квитків у театрально-видовищних підприємствах і в культурно-освітніх закладах державної та комунальної власності, і можливих негативних наслідків для конкуренції на зазначеному ринку.

2. СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЯКИМ НАДАЮТЬСЯ РЕКОМЕНДАЦІЇ

- (3) Театрально-видовищні підприємства та культурно-освітні заклади (театри, цирки, філармонії, концертні організації, професійні творчі колективи, музичні колективи і ансамблі тощо) та культурно-освітні заклади (культурні центри, музеї, художні галереї (виставки), виставкові зали, історико-культурні заповідники, парки культури та відпочинку, клубні заклади, палаци і будинки культури, заклади освіти сфери культури, культурно-інформаційні та культурно-просвітницькі центри тощо) незалежно від підпорядкування, форм власності та організаційно-правових форм.
- (4) Відповідно до абзацу шістнадцятого статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» суб'єкт господарювання – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності чи фізична особа, що здійснює діяльність з виробництва, реалізації, придбання товарів, іншу господарську діяльність, у тому числі яка здійснює контроль над іншою юридичною чи фізичною особою; група суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю.
- (5) Враховуючи викладене, театрально-видовищні підприємства та культурно-освітні заклади у правовідносинах, які є предметом здійснення Контролю, у розумінні Закону України «Про захист економічної конкуренції» є суб'єктами господарювання.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (6) Під час здійснення Контролю Комітет надіслав вимоги до:
- товариства з обмеженою відповідальністю «НБОКС» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13387е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13388е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ПКА ГРУП» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13389е, відповідь на яку надано листом від 19.02.2026 № 01 (вх. Комітету № 8-07/227-кі від 20.02.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ТЕСЛАНД» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13390е, відповідь на яку надано листом від 30.03.2026 № 30.03-26/1 (вх. Комітету № 8-07/4808 від 31.03.2026);
 - Міністерства культури України (далі – Мінкульт) від 15.12.2025 № 130-29.1/07-13391е, відповідь на яку надано листом від 28.01.2026 № 05/109/458-26 (вх. Комітету № 6-07/1094 від 28.01.2026) (далі – Лист від 28.01.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «КА АНШЛАГ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13392е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «МУЗЕО ТІКЕТ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13393е, відповідь на яку надано листом від 27.03.2026 № 27/03/26.1 (вх. Комітету № 8-07/4805 від 31.03.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ФРОНТ.МЕНЕДЖЕР» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13395е, відповідь на яку надано листом від 20.02.2026 б/н (вх. Комітету № 8-07/2586 від 25.02.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ТОП-КРБС» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13397е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «КОНТРАМАРКА УКРАЇНА» (далі – ТОВ «КОНТРАМАРКА УКРАЇНА») від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13398е, відповідь на яку надано листом від 12.02.2026 № 1202-26-01 (вх. Комітету № 8-07/180-кі від 16.02.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «МАЕСТРО ТІКЕТ СИСТЕМ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13399е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «КОНЦЕРТ» (далі – ТОВ «КОНЦЕРТ») від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13400е, відповідь на яку надано листом від 18.02.2026 № 1-26 (вх. Комітету № 8-07/283-кі від 25.02.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ГАСТРОЛІ ЮЕЙ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13401е, відповідь на яку надано листом від 13.04.2026 № 13-04-26 (вх. Комітету № 8-07/791-кі від 14.04.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ІНТЕРНЕТ - БІЛЕТ» від 15.12.2025 № 130-29.3/07-13402е, відповідь на яку надано листом від 23.03.2026 № 206/03-2026 (вх. Комітету № 8-07/4289 від 23.03.2026);
 - Спілки від 05.02.2026 № 130-29.3/07-1498е, відповідь на яку надано листом від 26.03.2026 б/н (вх. Комітету № 8-07/4740 від 30.03.2026) (далі – Лист від 26.03.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ФРОНТ.МЕНЕДЖЕР» від 12.03.2026 № 130-29.3/07-3088е;
 - товариства з обмеженою відповідальністю «КОНЦЕРТ» (далі – ТОВ «КОНЦЕРТ») від 17.04.2026 № 130-29.3/07-4661е, відповідь на яку надано листом від 29.05.2026 № 14 (вх. Комітету № 8-07/8248 від 02.06.2026) (далі – Лист від 29.05.2026);
 - Спілки від 21.04.2026 № 130-29.3/07-4762е, відповідь на яку надано листом від 02.06.2026 б/н (вх. Комітету № 8-07/8247 від 02.06.2026) (далі – Лист від 02.06.2026);
 - товариства з обмеженою відповідальністю «ТІКЕТСРМ» від 06.07.2026 № 130-29.3/07-7768е.

4. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

- (7) Єдиним нормативно-правовим актом, що регулює відносини у сфері продажу (реалізації) квитків на театральньо-видовищні, культурно-просвітницькі, інші заходи організації дозвілля, є Інструкція з ведення квиткового господарства в театральньо-видовищних підприємствах та культурно-освітніх закладах, затверджена наказом Міністерства культури і мистецтв України від 07 липня 1999 року № 452 (у редакції наказу Міністерства культури України від 12 травня 2011 року № 34), зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 20 липня 1999 року за № 483/3776 (далі – Інструкція).
- (8) Ця Інструкція визначає порядок ведення квиткового господарства в театральньо-видовищних підприємствах та культурно-освітніх закладах та поширюється на всі театральньо-видовищні підприємства (театри, цирки, філармонії, концертні організації, професійні творчі колективи, музичні колективи і ансамблі тощо) та культурно-освітні заклади (культурні центри, музеї, художні галереї (виставки), виставкові зали, історико-культурні заповідники, парки культури та відпочинку, клубні заклади, палаци і будинки культури, заклади освіти сфери культури, культурно-інформаційні та культурно-просвітницькі центри тощо) незалежно від підпорядкування, форм власності та організаційно-правових форм (далі – підприємства, організації, установи культури) (пункт 1.1 розділу I Інструкції).
- (9) У пункті 1.2 розділу I Інструкції визначено такі терміни:
- автоматизована система продажу квитків (далі – АСПК) – програмно-технічний комплекс, призначений для ведення квиткового господарства та забезпечення обліку операцій з продажу та резервування (бронювання) квитків на театральньо-видовищні, культурно-просвітницькі, інші заходи організації дозвілля (абзац третій);
 - агент з реалізації квитків (реалізатор електронних квитків) – юридична особа або фізична особа-підприємець, яка здійснює реалізацію квитків з використанням АСПК (абзац четвертий);
 - заходи – спектаклі, концерти, вистави, лекції, екскурсії, виставки, експозиції, інші видовищні чи культурно-просвітницькі заходи, що проводяться підприємствами, організаціями, установами культури, іншими юридичними особами, фізичними особами-підприємцями як організаторами заходів (абзац десятий);
 - квиткове господарство – сукупність операцій і документів, пов'язаних з рухом квитків (абонементів) (абзац тринадцятий);
 - продаж квитка (абонемента) – операція купівлі-продажу, що полягає у переданні споживачу квитка (абонемента) або електронного квитка та одержанні від споживача готівкових чи безготівкових коштів (абзац вісімнадцятий).
- (10) Особливості ведення квиткового господарства при використанні АСПК визначені розділом IX Інструкції.
- (11) Етапами ведення квиткового господарства при використанні АСПК є:
- затвердження репертуару на визначений період або прийняття рішення про проведення культурно-мистецького заходу та внесення зазначеної інформації до бази даних АСПК;
 - початок продажу квитків;
 - звітність про продаж квитків, їх облік та порядок повернення;
 - здійснення контролю (пункт 9.1 розділу IX Інструкції).
- (12) Відповідно до пункту 9.2 розділу IX Інструкції до початку продажу квитків через АСПК у базі даних системи формується комплект електронних зображень квитків, що включає квитки на всі глядацькі місця, де проводиться захід (абзац другий). Після внесення інформації про захід до АСПК розпочинається продаж квитків у визначений в наказі або іншому розпорядчому документі період (абзац третій).

- (13) Отже, Інструкція регламентує загальні питання ведення квиткового господарства в театральні-видовищних підприємствах та культурно-освітніх закладах, у тому числі під час використання АСПК.

Водночас Інструкція не врегульовує засад вибору надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків), не визначає вимог / критеріїв щодо АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків).

5. ОБСТАВИНИ, ЩО ПЕРЕДУЮТЬ НАДАННЮ РЕКОМЕНДАЦІЙ

- (14) Під час здійснення Контролю Комітет виявив проблемні питання у сфері продажу (реалізації) квитків на заходи (зокрема театральні-видовищні, культурно-просвітницькі з організації дозвілля та фізкультурно-оздоровчі, спортивні), пов'язані, зокрема, із:
- 1) обранням надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) не на конкурентних засадах;
 - 2) встановленням дискримінаційних вимог / критеріїв до надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків).

5.1. Щодо засад вибору надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків)

- (15) Комітет виявив, що державні та комунальні театральні-видовищні підприємства й культурно-освітні заклади, враховуючи встановлені Законом України «Про публічні закупівлі» порогові показники, визначають надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) без дотримання конкурентного відбору.
- (16) Так, Мінкульт Листом від 28.01.2026 повідомив Комітет, що підприємства, організації, установи культури обирають надавача послуг АСПК шляхом проведення закупівель відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі» з використанням тендерних процедур через платформу [Prozorro](https://prozorro.gov.ua) або без проведення тендеру, якщо вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) не перевищує порогових показників.
- (17) За наданою в Листі від 28.01.2026 інформацією, безпосередньо заклади культури державної та комунальної власності повідомили про таке проблемне питання, як відсутність законодавчо визначеного порядку обрання надавача послуг АСПК та обов'язкових конкурентних процедур для його визначення в державних і комунальних закладах культури.
- (18) Про таку проблему Комітет також повідомляла Спілка, яка зазначила, що на практиці заклади культури самостійно обирають постачальника послуг без застосування конкурентних процедур і лише оприлюднюють в електронній системі закупівель звіти про договори про закупівлі, укладені без використання електронної системи закупівель (Лист від 02.06.2026).
- (19) За інформацією Спілки, повідомленою в Листі від 26.03.2026, та інформацією, наданою в Листі від 29.05.2026 ТОВ «КОНЦЕРТ» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено») [є надавачем послуг АСПК і здійснює діяльність у сфері реалізації квитків (реалізації електронних квитків)], переважна більшість закладів культури обслуговується двома групами суб'єктів господарювання – «КОНТРАМАРКА» і «КАРАБАС», тоді як інші суб'єкти господарювання, представлені на ринку (зокрема «ТІКЕТБОКС», «ІНТЕРНЕТ-БІЛЕТ», «АНШЛАГ», «ПКА ГРУП», «КОНЦЕРТ» тощо), фактично не мають доступу до цього сегмента попиту.
- (20) За інформацією, яку надала Спілка, протягом 2025 року та січня – квітня 2026 року закладами культури без застосування конкурентних процедур в електронній системі закупівель оприлюднено звіти про договори закупівлі, укладені без використання електронної системи закупівель, зокрема, щодо:

щонайменше 34 закупівель послуг АСПК;
щонайменше 48 закупівель послуг з реалізації квитків (реалізації електронних квитків).

- (21) Наприклад, театрально-видовищний заклад культури «Київський академічний драматичний театр на Подолі» імені Віталія Малахова (далі – ТВЗК «КАДТ на Подолі») (ідентифікаційний код «*Інформація, доступ до якої обмежено*») протягом 2019–2025 років неодноразово оприлюднював в електронній системі закупівель звіти про договори про закупівлі, що стосуються послуг АСПК, укладені без використання електронної системи закупівель¹⁾.
- (22) Аналогічно комунальний заклад «Львівський академічний театр ляльок» (ідентифікаційний код «*Інформація, доступ до якої обмежено*») протягом 2025 року неодноразово оприлюднював в електронній системі закупівлі послуги з реалізації квитків шляхом укладення договорів без використання електронної системи закупівель²⁾.
- (23) Також у Листі від 02.06.2026 Спілка звертає увагу на практику, згідно з якою заклад культури оголошує відкриті торги, проте після подання тендерних пропозицій кількома учасниками (у тому числі з більш конкурентними ціновими умовами) така процедура закупівлі скасовується, а замовник укладає договори з обраним постачальником поза конкурентною процедурою, обмежившись лише оприлюдненням звіту про укладений договір без використання електронної системи закупівель³⁾.
- (24) ТОВ «КОНЦЕРТ» у Листі від 29.05.2026 повідомило Комітет, що неодноразово надсило комерційні пропозиції до відповідних закладів, однак вони залишалися без відповіді або ТОВ «КОНЦЕРТ» отримувало усну відмову без документального підтвердження.
- (25) Спілка в Листі від 26.03.2026 звертає увагу, що конкуренція на ринку безпосередньо впливає на розмір сервісного збору для споживачів. В умовах конкуренції між кількома суб'єктами господарювання за продаж (реалізацію) квитків на один захід споживач мав би можливість обрати того, який пропонує менший розмір збору. Водночас звернення громадян до Спілки свідчать, що у ситуації, коли квиток продавався одним суб'єктом господарювання, сервісний збір на окремі популярні заходи сягав 15% номінальної вартості квитка, при цьому споживач не мав жодної альтернативи для придбання того самого квитка з меншим або нульовим збором. Підтвердженням цього є наведений Спілкою в Листі від 02.06.2026 приклад заходу за участі Святослава Вакарчука в межах фестивалю «Покоління», що мав відбутися 05.06.2026 у м. Львів. Квитки на цей захід продавали (реалізовували) одночасно два суб'єкти господарювання: ТОВ «КОНЦЕРТ» із сервісним збором 72 грн, що становить 8% номінальної вартості квитка, і ТОВ «КОНТРАМАРКА УКРАЇНА» із сервісним збором 90 грн, що становить 10% номінальної вартості квитка. За наявності двох конкуруючих способів придбання споживач мав реальну можливість обрати той, який вимагає сплати меншого розміру збору.
- (26) Крім того, Спілка в Листі від 02.06.2026 вказала, що, крім впливу конкуренції на ринку на розмір сервісного збору, конкуренція також впливає й на інші умови, нецінові,

¹⁾Ідентифікатори №№ [UA-2019-02-05-000851-с](#), [UA-2020-01-08-000800-с](#), [UA-2021-01-04-000030-б](#), [UA-2021-12-23-004568-б](#), [UA-2022-12-29-005710-а](#), [UA-2023-12-21-018024-а](#), [UA-2024-12-17-013353-а](#), [UA-2025-12-02-019714-а](#).

²⁾Ідентифікатори №№ [UA-2025-01-31-007098-а](#), [UA-2025-02-12-010353-а](#), [UA-2025-05-15-012869-а](#), [UA-2025-06-19-012976-а](#), [UA-2025-09-11-012730-а](#), [UA-2025-09-11-010430-а](#), [UA-2025-10-09-012604-а](#), [UA-2025-11-13-007849-а](#), [UA-2025-12-10-019529-а](#).

³⁾Прикладами ідентифікаторів таких закупівель є №№ [UA-2018-01-11-000551-б](#), [UA-2018-03-03-000391-а](#).

зокрема повернення або обміну квитків. Так, суб'єкти господарювання можуть встановлювати різні умови повернення або обміну квитків, що впливає на поведінку споживача під час вибору платформи для покупки. У разі монопольного продажу споживач позбавлений можливості обрати платформу з більш сприятливими умовами, у тому числі повернення.

- (27) Враховуючи викладене, визначення державними та комунальними театральнo-видовищними підприємствами та культурно-освітніми закладами надавачів послуг АСПК і агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) без дотримання конкурентних процедур створює передумови для обмеження конкуренції на відповідних ринках.
- (28) В умовах конкуренції суб'єкти господарювання змагаються між собою за рахунок власних досягнень за отримання переваг над іншими суб'єктами господарювання в боротьбі за споживачів і не можуть визначати умов обороту товарів на ринку. Споживачі, зі свого боку, мають можливість обирати між кількома продавцями за відповідними якісними та ціновими критеріями.
- (29) Конкурентна процедура входу суб'єктів господарювання на ринок покликана забезпечити відкритість і прозорість порядку обрання суб'єкта господарювання та має забезпечити змагальність учасників ринку, унаслідок чого обирається найкраща пропозиція на ринку. Ці завдання відповідають принципам ефективної конкуренції на основі показників діяльності та власних досягнень суб'єктів господарювання. Застосування конкурентних процедур стимулює розвиток конкурентного середовища, а також сприяє підвищенню рівня якості послуг і встановленню цін на конкурентному рівні.
- (30) Отже, визначення надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) не на конкурентних засадах обмежує право суб'єктів господарювання на здійснення господарської діяльності на ринках послуг АСПК і послуг з реалізації квитків (реалізації електронних квитків), що, відповідно, є бар'єром вступу на ринок інших суб'єктів господарювання, перешкоджає розвитку конкуренції та може призводити до негативних наслідків для конкуренції на таких ринках і до ущемлення прав споживачів, які позбавлені можливості обирати надавача послуг відповідної якості та ціни в частині, що стосується сервісного збору, а також умов повернення й обміну квитків тощо.

5.2. *Щодо вимог / критеріїв до надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків)*

- (31) Комітет також встановив, що театральнo-видовищні підприємства та культурно-освітні заклади при проведенні конкурсних процедур для визначення надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) можуть встановлювати до них дискримінаційні вимоги (щодо фізичної присутності кас, досвіду тощо), що створює необґрунтовані переваги для окремих суб'єктів господарювання.
- (32) За інформацією Спілки в Листі від 02.06.2026, вимоги, які встановлюють окремі замовники, не є нейтральними та функціонально необхідними, а лише відтворюють характеристики вже встановленої АСПК, фактично виключаючи альтернативні АСПК та інших агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) із кола потенційних конкурентів.

- (33) Як зазначила Спілка в Листі від 02.06.2026, у разі оголошення про проведення процедури публічної закупівлі для обрання постачальника послуг АСПК доступ інших суб'єктів господарювання до участі в такій закупівлі стає неможливим у зв'язку із невідповідністю вимогам тендерної документації. Замовники систематично включають до тендерної документації вимоги, які об'єктивно не пов'язані з функціональними характеристиками послуги АСПК, проте відповідають виключно профілю чинного постачальника. Як наслідок, суб'єкти господарювання, здатні технічно надати послуги АСПК належної якості, не можуть брати участь у закупівлі з огляду на невідповідність їхніх АСПК вимогам закладу культури.
- (34) За інформацією Спілки, наведеною в Листі від 26.03.2026 та Листі від 02.06.2026, під час проведення процедур закупівель (відбору) окремі театральні-видовищні підприємства та культурно-освітні заклади встановлюють у тендерній документації вимоги, які фактично обмежують коло потенційних учасників і сприяють певним постачальникам, є бар'єром. До таких вимог належить:
- наявність роздрібних кас у місті / регіоні розташування закладу культури⁴⁾;
 - наявність певного досвіду роботи з театральними-видовищними підприємствами та культурно-освітніми закладами аналогічного профілю, що фактично обмежує коло учасників тими, хто вже має договірні відносини з подібними закладами⁵⁾.
- (35) Щодо вимог наявності роздрібних кас у місті / регіоні розташування закладу культури Спілка в Листі від 02.06.2026 зазначає, що вони є необґрунтованими з огляду на сучасний технологічний рівень розвитку АСПК і реалії ринку. Зокрема, функціонал сучасних АСПК передбачає повністю дистанційне адміністрування, налаштування заходів, схем залів та продажу квитків. До того ж продаж квитків через фізичні каси є лише одним із каналів реалізації. Переважна більшість продажів відбувається онлайн, а сам заклад культури або організатор може здійснювати реалізацію квитків через власну касу безпосередньо. Включення до тендерної документації вимоги щодо наявності роздрібних кас або персоналу в конкретному місті є дискримінаційним щодо суб'єктів господарювання, зареєстрованих в інших регіонах, оскільки неправомірно обмежує географічне коло потенційних учасників процедури закупівлі.
- (36) Наприклад, державне підприємство «Харківський національний академічний театр опери та балету імені М. В. Лисенка» (далі – ДП «ХНАТОБ») (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено») під час проведення відкритих торгів згідно з ідентифікаторами №№ [UA-2022-02-10-009365-b](#), [UA-2022-02-10-009052-b](#), [UA-2022-02-10-001794-a](#)⁶⁾ на закупівлю послуг з продажу квитків на Заходи, що проводяться Організатором (ДК 021:2015: 92400000-5 – Послуги інформаційних агентств), у тендерній документації встановило, зокрема, кваліфікаційний критерій «Учасник процедури закупівлі повинен мати досвід продажу (реалізації) театральних квитків не менше 10 років».
- (37) У зв'язку із цим товариство з обмеженою відповідальністю «КЛАУД 9» (далі – ТОВ «КЛАУД 9») (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено») здійснювало інформування щодо наявності порушень законодавства у сфері закупівель з огляду на наявність зазначеної дискримінаційної умови в тендерній документації.
- (38) Так, ТОВ «КЛАУД 9» вказало, що єдиним суб'єктом господарювання, який відповідає критерію «досвід продажу (реалізації) театральних квитків не менше 10 років», є

⁴⁾Наприклад, ідентифікатор № [UA-2025-01-07-007354-a](#).

⁵⁾Наприклад, ідентифікатор № [UA-2022-02-10-009365-b](#).

⁶⁾Торги не відбулися, оскільки для участі подано менше двох тендерних пропозицій.

товариство з обмеженою відповідальністю «БІЛЕТНА АГЕНЦІЯ «КАРАБАС» (див. табл. 1).

Таблиця 1

Вебсайт	Найменування	Досвід
https://internet-bilet.ua/ru	ТОВ «ІНТЕРНЕТ-БІЛЕТ» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено»)	8 років 8 місяців (дата реєстрації – 12.06.2013)
https://karabas.com/	Товариство з обмеженою відповідальністю «БІЛЕТНА АГЕНЦІЯ «КАРАБАС» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено»)	12 років (дата реєстрації – 18.02.2010)
	Товариство з обмеженою відповідальністю «КРБС» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено»)	4 роки 4 місяці (дата реєстрації – 20.09.2017)
https://concert.ua/ru/kyiv	Товариство з обмеженою відповідальністю «КОНЦЕРТ ЮА» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено»)	4 роки 2 місяці (дата реєстрації – 13.12.2017)
https://kontramarka.ua/ru	ТОВ «КОНТРАМАРКА УКРАЇНА» (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено»)	8 років 10 місяців (дата реєстрації – 01.04.2013)

- (39) ДП «ХНАТОБ» 15.02.2022 оголосило відкриті торги за ідентифікаторами №№ [UA-2022-02-15-005242-a](#), [UA-2022-02-15-005106-a](#) на закупівлю послуг з продажу квитків на Заходи, що проводить Організатор (ДК 021:2015: 92400000-5 – Послуги інформаційних агентств), тендерна документація яких не містить кваліфікаційного критерію щодо досвіду роботи, натомість, як зазначає ТОВ «КЛАУД 9», ДП «ХНАТОБ» встановлює інші дискримінаційні вимоги (див. табл. 2).

Таблиця 2

UA-2022-02-15-005242-a	UA-2022-02-15-005106-a
1	2
- досвід співпраці з театрами не менше трьох років; - десять вебресурсів партнерів із продажу (реалізації) квитків; - розвинена діюча мережа з продажу (реалізації) квитків через інтернет, а також через каси країни (не менше 300), у тому числі не менше п'яти роздрібних кас партнерів у місті Харкові та можливість орендувати нові перспективні каси; - наявність власного телеграм-каналу; - наявність власного мобільного додатка; - наявність вебресурсу (власного сайту) для продажу (реалізації) квитків; - наявність актуальної бази даних потенційних відвідувачів в Україні та Харківському регіоні; - наявність штату працівників не менше шести осіб; - обсяг річного доходу – не менше очікуваної вартості предмета закупівлі (лота)	- досвід співпраці з національними театрами не менше семи років; - власний вебресурс (власний сайт) для продажу (реалізації) квитків, середня кількість відвідувань сайту учасника повинна становити не менше 300 тисяч на місяць, з них у Харкові – не менше 90 тисяч на місяць; - наявність не менше 25 вебресурсів партнерів з продажу (реалізації) квитків; - наявність на власному вебресурсі в освітленні в Харкові понад 350 подій, у тому числі ексклюзивних, щомісяця; - наявність мережі з продажу (реалізації) квитків через інтернет, а також не менше однієї власної офлайнової театральньо-концертної каси та не менше п'яти театральньо-концертних кас партнерів у місті Харкові; - наявність необхідної клієнтської та матеріальної бази в місті Харків, не менше 300 тисяч зареєстрованих клієнтів;

	- наявність працівників не менше чотирьох осіб; - обсяг річного доходу – не менше очікуваної вартості предмета закупівлі (лота)
--	--

- (40) З огляду на зазначене ТОВ «КЛАУД 9» знову подало скаргу до органу оскарження, у якій вказало, що в аналогічних за предметом закупівлях замовник встановив різні кваліфікаційні критерії, що, на його думку, свідчить про їх встановлення спеціально для окремих учасників.
- (41) У свою чергу, у лютому 2023 року в електронній системі закупівель оприлюднено звіт про договір про закупівлю послуг з продажу квитків на Заходи, що проводить Організатор (ДК 021:2015: 92400000-5 – Послуги інформаційних агентств), згідно з ідентифікатором № [UA-2023-02-02-003472-a](#), укладений з товариством з обмеженою відповідальністю «КРБС» (далі – ТОВ «КРБС») (ідентифікаційний код «Інформація, доступ до якої обмежено») без використання електронної системи закупівель.
- (42) Також у 2025 році під час проведення ДП «ХНАТОБ» відкритих торгів згідно з ідентифікатором № [UA-2025-01-07-007354-a](#) на закупівлю послуг з продажу квитків на Заходи, що проводить Організатор (ДК 021:2015: 92400000-5 – Послуги інформаційних агентств), ТОВ «КОНЦЕРТ» подало скаргу до органу оскарження на цю закупівлю з огляду на дискримінаційні умови її тендерної документації:
- учасник процедури закупівлі повинен мати в наявності власний телеграм-канал для просування продукту замовника не менше ніж 7 500 осіб;
 - учасник процедури закупівлі повинен мати мережу з продажу (реалізації) квитків через інтернет, а також каси в кількості не менше двох роздрібних кас у місті Харкові;
 - учасник процедури закупівлі повинен мати в наявності штат працівників не менше п'яти осіб, які мають необхідні знання та досвід;
 - учасник процедури закупівлі повинен мати досвід співпраці з національними, академічними театрами з продажу репертуарних вистав, концертів, заходів тощо не менше семи років.
- Як зазначає ТОВ «КОНЦЕРТ», таким вимогам відповідає лише ТОВ «КРБС».
- (43) У Листі від 29.05.2026 ТОВ «КОНЦЕРТ» повідомило Комітет, що відсутність чітко визначених законодавством вимог до АСПК і критеріїв до надавачів таких послуг є одним із ключових структурних чинників, що обмежують конкуренцію на відповідному ринку, оскільки замовники самостійно та на власний розсуд формують вимоги до АСПК та постачальника. За відсутності об'єктивних і заздалегідь визначених критеріїв рішення про вибір постачальника нерідко приймаються без обґрунтованих підстав. Це позбавляє потенційних постачальників можливості розуміти умови доступу до попиту. Відсутність механізму підтвердження відповідності надавачів послуг АСПК технічним вимогам означає, що заклади культури не мають об'єктивного інструменту для ідентифікації та порівняння альтернативних постачальників. За таких умов стійка перевага надається суб'єктам господарювання, що вже тривалий час обслуговують відповідний сегмент, незважаючи на потенційно кращі умови з боку інших учасників ринку.
- (44) ТОВ «КОНЦЕРТ» у Листі від 29.05.2026 зазначило, що до базового функціоналу АСПК (мінімального набору технічних і функціональних характеристик, необхідних для виконання завдань) незалежно від масштабу діяльності постачальника належать:
- ведення квиткового господарства: облік квитків, місць, категорій; налаштування подій, дат та цінових категорій;

облік операцій з продажу (реалізації) і резервування (бронювання) квитків у режимі реального часу;

формування та видача електронного квитка зі штрих-кодом або QR-кодом;
інтеграція з платіжними сервісами для прийому безготівкових платежів;
забезпечення технічного контролю доступу (сканування та валідація квитків);
формування звітності про продажі для організатора заходу;
технічна підтримка сервісу та забезпечення безперебійності його роботи.

- (45) ТОВ «КОНЦЕРТ» (Лист від 29.05.2026) вважає, що правомірними та обґрунтованими є вимоги, безпосередньо пов'язані з функціональним призначенням АСПК, які не створюють необґрунтованих переваг для окремих постачальників. До таких вимог, на погляд ТОВ «КОНЦЕРТ», зокрема, належать:

наявність власного або ліцензованого програмного забезпечення АСПК із базовим функціоналом;

підтвердження досвіду роботи у сфері організації продажу (реалізації) квитків (без обмеження виключно державними театрами або мінімальним строком);

наявність технічної можливості інтеграції з платіжними системами;

визначення часу реагування технічної підтримки;

підтвердження забезпечення захисту персональних даних відповідно до законодавства України.

- (46) На думку ТОВ «КОНЦЕРТ», прикладом закупівлі, у якій вимоги до учасників були сформовані способом, що відповідає принципам добросовісної конкуренції та не містить дискримінаційних умов, є процедура відкритих торгів щодо закупівлі послуг з надання дозволу на використання (ліцензії) програмного забезпечення – АСПК у театральновидовищних закладах культури комунальної власності територіальної громади міста Києва з впровадженням (встановлення, налаштування, тестування, виявлення та усунення недоліків із налаштуванням взаємодії усіх елементів АСПК) за кодом ДК 021:2015 (CPV) «Єдиний закупівельний словник» – 48210000-3 Пакети мережевого програмного забезпечення (ідентифікатор № [UA-2018-11-27-001597-b](#)).

- (47) Як зазначає ТОВ «КОНЦЕРТ» у Листі від 29.05.2026, тендерна документація у вказаній у пункті 46 цих рекомендацій закупівлі безпосередньо передбачала, що вітчизняні та іноземні учасники всіх форм власності та організаційно-правових форм беруть участь у процедурі закупівлі на рівних умовах. Кваліфікаційні критерії у цій закупівлі були обмежені виключно тими вимогами, які, на погляд ТОВ «КОНЦЕРТ», є об'єктивно необхідними для надання послуг АСПК, а саме:

наявністю обладнання та матеріально-технічної бази;

наявністю працівників відповідної кваліфікації;

наявністю документально підтвердженого досвіду виконання аналогічного договору.

При цьому ТОВ «КОНЦЕРТ» у Листі від 29.05.2026 повідомляє, що тендерна документація не містила:

вимог щодо конкретного виробника програмного забезпечення;

вимог щодо використання певної торговельної марки;

вимог щодо наявності статусу ексклюзивного дистриб'ютора;

обмежень щодо участі лише суб'єктів, які мають досвід роботи виключно з державними або комунальними театрами;

надмірних фінансових чи кадрових критеріїв.

- (48) Ураховуючи мету проведення конкурсних процедур, оптимальною схемою їх проведення є створення таких умов проведення, які б забезпечили найбільш широке коло учасників конкурсних процедур та добросовісну конкуренцію.

- (49) Умови конкурентної процедури мають забезпечувати реальну конкуренцію між учасниками, завдяки якій стати переможцем можливо у разі представлення найбільш економічно привабливої пропозиції.
- (50) Враховуючи зазначене, встановлення дискримінаційних вимог / критеріїв до надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) може обмежувати їх у праві здійснення господарської діяльності на цих ринках і можливості змагатися за рахунок власних досягнень, а не під впливом дій театральних-видовищних підприємств і культурно-освітніх закладів, що, відповідно, може стати для них бар'єром входження на такі ринки та призвести до негативних наслідків для конкуренції.

6. ВИСНОВКИ

- (51) Згідно зі статтею 42 Конституції України держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом (частина третя).
Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів (частина четверта).
- (52) Відповідно до абзацу четвертого статті 4 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» Комітет буде своєю діяльністю на принципах захисту конкуренції на засадах рівності фізичних та юридичних осіб перед законом та пріоритету прав споживачів.
- (53) Згідно з абзацом третім статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічна конкуренція (конкуренція) – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.
- (54) Стаття 4 Закону України «Про захист економічної конкуренції» передбачає, що суб'єкти господарювання, органи влади, органи місцевого самоврядування, а також органи адміністративно-господарського управління та контролю зобов'язані сприяти розвитку конкуренції та не вчиняти будь-яких неправомірних дій, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію (частина друга).
Державний контроль за додержанням законодавства про захист економічної конкуренції, захист інтересів суб'єктів господарювання та споживачів від його порушень здійснюються органами Комітету (абзац перший частини четвертої).
- (55) Отже, вибір надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) не на конкурентних засадах, а також встановлення дискримінаційних вимог / критеріїв до надавачів послуг АСПК та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків), перешкоджає розвитку конкуренції на ринках надання послуг АСПК і послуг з реалізації квитків (реалізації електронних квитків).
- (56) Згідно з пунктом 5 частини третьої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері формування та реалізації конкурентної політики, сприяння розвитку конкуренції, нормативного і методичного забезпечення діяльності Комітету та застосування законодавства про захист економічної конкуренції Комітет має

повноваження, зокрема, надавати обов'язкові для розгляду рекомендації та вносити до суб'єктів господарювання пропозиції щодо здійснення заходів, спрямованих на розвиток підприємництва і конкуренції.

Враховуючи викладене, з метою сприяння розвитку конкуренції, керуючись пунктом 5 частини третьої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Антимонопольний комітет України надає театральнo-видовищним підприємствам та культурно-освітнім закладам такі

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Обирати надавачів послуг автоматизованих систем продажу квитків та агентів з реалізації квитків (реалізаторів електронних квитків) на конкурентних засадах, а також не встановлювати під час їх обрання дискримінаційних вимог / критеріїв.

Рекомендації органів Антимонопольного комітету України підлягають обов'язковому розгляду органами чи особами, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій необхідно повідомити Антимонопольний комітет України у двомісячний строк із дня їх отримання.

Голова Комітету

Павло КИРИЛЕНКО