

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до проєкту розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації»

1. Мета

Проєкт розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації» (далі – проєкт розпорядження) розроблено з метою встановлення єдиного підходу до визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації для з'ясування характеру конкуренції на ринку та рівня ринкової влади суб'єктів господарювання, їх можливості поводити себе незалежно від реакції покупців (продавців) та конкурентів.

2. Обґрунтування необхідності прийняття акта

31.03.2023 набув чинності Закон України «Про медіа» (далі – Закон), прийнятий Верховною Радою України 13.12.2022 за № 2849-IX, який спрямований на забезпечення реалізації права на свободу вираження поглядів, права на отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації, на забезпечення плюралізму думок і вільного поширення інформації, на захист національних інтересів України та прав користувачів медіа-сервісів, регулювання діяльності у сфері медіа відповідно до принципів прозорості, справедливості та неупередженості, стимулювання конкурентного середовища, рівноправності і незалежності медіа та визначає правовий статус, порядок формування, діяльності та повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада).

Відповідно до статті 7 Закону держава сприяє вільній конкуренції у сфері медіа з метою захисту прав та інтересів користувачів і гарантування свободи господарської діяльності відповідно до цього Закону та Закону України «Про захист економічної конкуренції».

Контроль за дотриманням вимог, передбачених цією статтею, здійснює Антимонопольний комітет України.

Ринок розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації є одним товарним ринком незалежно від способу розповсюдження (поширення) і споживання рекламної інформації та незалежно від виду медіа. Методика визначення меж цього ринку затверджується Антимонопольним комітетом України за погодженням із Національною радою.

У разі виявлення ознак недотримання суб'єктом у сфері медіа обмежень, визначених цією статтею, Національна рада приймає рішення про звернення до Антимонопольного комітету України з повідомленням

про наявність ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Згідно з пунктом 11 частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції Антимонопольний комітет України має повноваження проводити дослідження ринку, визначати межі товарного ринку (у сфері медіа – за методиками, погодженими з Національною радою), а також становище, в тому числі монопольне (домінуюче), суб'єктів господарювання на відповідному ринку та приймати відповідні рішення (розпорядження).

На виконання зазначених норм Закону, розроблено проект розпорядження.

3. Основні положення проекту акта

Згідно з пунктом 1 проекту розпорядження пропонується затвердити Методику визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації» (далі – Методика).

Методика складається з таких розділів:

1. Загальні положення, у якому визначено, зокрема:
 - предмет регулювання Методики (порядок та особливості визначення меж ринку у сфері медіа під час застосування законодавства про захист економічної конкуренції);
 - мету визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації (з'ясування характеру конкуренції на ринку та рівня ринкової влади в суб'єктів господарювання, їх можливості поводити себе незалежно від реакції покупців (продавців) та конкурентів);
 - особливості визначення часового інтервалу в рамках одного дослідження.
2. Визначення товарних меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, у якому передбачено:
 - спосіб визначення товарних меж ринку у сфері медіа (шляхом оцінки заміності з боку попиту та / або пропозиції).
3. Визначення територіальних (географічних) меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, у якому врегульовано:
 - спосіб визначення територіальних (географічних) меж ринку у сфері медіа з боку попиту та з боку пропозиції.
4. Визначення часових меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, у якому передбачено:
 - спосіб визначення часових меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації з урахуванням властивостей ринку та товару.

5. Визначення обсягу ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, у якому визначено:
 - учасників ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації;
 - особливості визначення обсягу товару на ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації.
6. Розрахунок ринкових часток та рівнів концентрації ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, який передбачає:
 - дослідження рівня концентрації ринку за допомогою, зокрема індексу концентрації (англ. Concentration Ratios та індексу Герфіндаля-Гіршмана (англ. Herfindahl-Hirschman Index)).

4. Правові аспекти

Правовими підставами розроблення проекту розпорядження є:

- 1) Конституція України;
- 2) Закон України «Про Антимонопольний комітет України»;
- 3) Закон України «Про медіа»;
- 4) Закону України «Про рекламу».

5. Фінансово-економічне обґрунтування

Реалізація проекту розпорядження не потребує фінансування з державного чи місцевих бюджетів, з огляду на що фінансово-економічні розрахунки впливу його реалізації на надходження та витрати державного та / або місцевих бюджетів не додаються.

6. Позиція заінтересованих сторін

Консультації з громадськістю будуть проведені відповідно до Порядку проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики».

Проект розпорядження не стосується питань функціонування місцевого самоврядування, прав та інтересів територіальних громад, місцевого та регіонального розвитку, соціально-трудової сфери, прав осіб з інвалідністю, функціонування і застосування української мови як державної, з огляду на що не потребує зазначення позиції відповідних заінтересованих сторін.

Проект розпорядження не стосується сфери наукової та науково-технічної діяльності, у зв'язку із чим не потребує надсилання на розгляд Наукового комітету Національної ради з питань розвитку науки і технологій.

Проект розпорядження потребує позиції щодо нього Національної ради, Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України, Міністерства цифрової трансформації України, Національного агентства з питань запобігання корупції, а також Державної регуляторної служби України.

Після прийняття Проекту розпорядження його в установленому законодавством порядку буде надіслано до Міністерства юстиції України для виконання процедури, визначеної постановою Кабінету Міністрів України від 28 грудня 1992 р. № 731 «Про затвердження Положення про державну реєстрацію нормативно-правових актів міністерств та інших органів виконавчої влади».

7. Оцінка відповідності

У проекті розпорядження відсутні положення, що:

- стосуються зобов'язань України у сфері європейської інтеграції;
- стосуються прав та свобод, гарантованих Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод;
- впливають на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;
- містять ризики вчинення корупційних правопорушень та правопорушень, пов'язаних з корупцією;
- створюють підстави для дискримінації.

Громадська антикорупційна, громадська антидискримінаційна та громадська гендерно-правова експертизи проекту розпорядження не проводилися.

8. Прогноз результатів

Прийняття проекту розпорядження та його реалізація забезпечить формування єдиного підходу до визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, що сприятиме визначенню становища суб'єктів господарювання на ньому і прийняттю відповідних рішень.

Реалізація проекту розпорядження не матиме впливу на ринкове середовище, забезпечення захисту прав та інтересів суб'єктів господарювання, громадян і держави; розвиток регіонів, підвищення чи зниження спроможності територіальних громад; ринок праці, рівень зайнятості населення; громадське здоров'я, покращення чи погіршення стану здоров'я населення або його окремих груп; екологію та навколишнє природне середовище, обсяг природних ресурсів, рівень забруднення атмосферного повітря, води, земель, зокрема забруднення утвореними відходами, інші суспільні відносини.

| Заінтересована сторона | Вплив реалізації проекту | Пояснення очікуваного впливу |
|------------------------|--------------------------|------------------------------|
|------------------------|--------------------------|------------------------------|

| | | |
|--|---|---|
| | розпорядження на заінтересовану сторону | |
| Держава | Позитивний | Реалізація акта сприятиме забезпеченню формування єдиного підходу до визначення рівня ринкового впливу суб'єктів на ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації та відповідного реагування |
| Суб'єкти господарювання (покупці, продавці товару) | Позитивний | Реалізація акта сприятиме забезпеченню передбачуваності підходів держави до визначення рівня ринкового впливу суб'єктів на ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації та відповідного реагування |

Голова Антимонопольного комітету України

Павло КИРИЛЕНКО

«___» _____ 2024 р.