

Членам Комітету  
Керівникам структурних підрозділів  
Головам територіальних відділень

## **Про проведення досліджень ринків**

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ №60/01

від 02.04.2012

### **1. Загальні положення**

Цей інформаційний лист роз'яснює порядок проведення дослідження ринку Антимонопольним комітетом України (надалі – Комітет) та його територіальними відділеннями.

Структурні підрозділи Комітету проводять дослідження ринку на підставі пункту 11 частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України».

Структурні підрозділи територіального відділення Комітету проводять дослідження ринку на підставі пункту 12 частини першої статті 17 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» та підпункту 10 пункту 3 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23.02.2001 № 32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30 березня 2011 року за № 291/5482.

Метою дослідження ринку є визначення Комітетом та його територіальними відділеннями стану конкурентного середовища на ринку, його оцінка та внесення пропозицій щодо здійснення заходів, спрямованих на розвиток конкуренції, забезпечення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції.

Органи влади, органи місцевого самоврядування, органи адміністративно-господарського управління і контролю у випадку оцінки і врахування пропозицій Комітету, його територіальних відділень щодо сприяння розвитку конкуренції можуть використовувати методологічні підходи, визначені цим інформаційним листом, під час здійснення державної політики у відповідній галузі щодо розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму, заходів щодо демонополізації відповідної сфери господарської діяльності, фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної та іншої підтримки її суб'єктів.

Завданнями дослідження ринків є:

з'ясування стану конкурентного середовища на ринку:

виявлення і визначення наявних на ринку проблем, які перешкоджають розвитку конкуренції;

підготовка пропозицій щодо вдосконалення розвитку конкуренції та функціонування ринків;

виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Дослідження ринку проводиться, зокрема:

1) за власною ініціативою органів Комітету та/або територіального відділення (планові та позапланові дослідження):

під час контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції:

при вирішенні питань щодо сприяння розвитку економічної конкуренції та при необхідності вжиття заходів, спрямованих на розвиток конкуренції, в тому числі шляхом розробки проектів змін до законодавчих та нормативно-правових актів;

2) за дорученням вищих органів влади;

3) за заявами суб'єктів господарювання, громадян, об'єднань, установ, організацій про порушення їх прав внаслідок дій чи бездіяльності, що мають ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

4) за зверненнями органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю про порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Дослідження ринку може здійснюватися у два етапи:

I етап – проведення аналізу ринку;

II етап – поглиблене дослідження ринку.

## **2. Проведення аналізу ринку**

Під час аналізу ринку узагальнюється інформація, наявна в Комітеті (територіальному відділенні), та інша інформація, отримана із загальнодоступних джерел: мережі Інтернет, органів статистики, засобів масової інформації тощо, яка дозволяє визначити специфіку та особливості функціонування ринку.

Результатом аналізу ринку є визначення проблемних питань його функціонування та необхідності проведення поглибленого дослідження.

Результати аналізу ринку оформлюються окремим документом – звітом про результати аналізу ринку, який складається структурним підрозділом Комітету (територіального відділення).

Звіт про результати аналізу ринку має містити інформацію про:

підстави проведення аналізу ринку;  
основні нормативно-правові акти, які регулюють функціонування ринку;  
основних учасників ринку;  
результати аналізу основних індикаторів ринку;  
висновок про необхідність та доцільність проведення у подальшому поглибленого дослідження ринку або відсутність такої необхідності;  
іншу необхідну інформацію.

Звіт про результати аналізу ринку передається Голові Комітету, голові територіального відділення для прийняття рішення щодо необхідності або відсутності необхідності проведення поглибленого дослідження ринку.

### **3. Порядок проведення поглибленого дослідження**

Поглиблене дослідження ринку (надалі – дослідження ринку) проводиться відповідним структурним підрозділом Комітету або територіального відділення згідно з галузевим, функціональним розподілом повноважень.

Організація досліджень ринків:

1) ринок товару, територіальні (географічні) межі якого охоплюють територію держави – загальнодержавний ринок, досліджується структурним підрозділом або спільно кількома структурними підрозділами центрального апарату Комітету. У разі необхідності до проведення дослідження загальнодержавного ринку можуть залучатися територіальні відділення;

2) ринок товару, територіальні (географічні) межі якого охоплюють територію окремого регіону (Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя), у тому числі частин відповідного регіону – регіональний ринок, досліджується відповідним територіальним відділенням Комітету.

Регіональний ринок товару, територіальні (географічні) межі якого охоплюють територію декількох регіонів (Автономної республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя), у тому числі частин декількох регіонів, досліджується структурним підрозділом Комітету із залученням відповідних територіальних відділень або відповідними територіальними відділеннями.

Проведення структурним підрозділом Комітету, його територіального відділення дослідження ринку за заявами суб'єктів господарювання, громадян, об'єднань, установ, організацій та зверненнями органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, як правило, не потребує окремого

доручення Голови Комітету, голови територіального відділення відповідно, якщо інше не передбачено відповідною резолюцією.

За відсутності відповідних письмових звернень про порушення законодавства про захист економічної конкуренції територіальне відділення може проводити дослідження ринку з власної ініціативи за погодженням з Комітетом.

Дослідження ринку передбачає такі основні етапи:

1. Підготовчий етап, на якому складається план дослідження ринку (передбачає планування дій, проектування і реалізацію процесу збору, обробки аналізу даних, а також організацію його проведення, оформлення результатів у вигляді висновків і рекомендацій відповідних дій).

2. Збирання необхідних матеріалів та інформації:

2.1. Визначення джерел, методів збору даних, підготовка вимог щодо надання інформації, в тому числі типових;

2.2. Збирання матеріалів та інформації.

3. Аналіз та узагальнення даних.

4. Підготовка звіту про результати проведеного дослідження із відповідними висновками і пропозиціями.

1. Підготовчий етап проведення дослідження

Відповідно до Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05.03.2002 № 49-р, з урахуванням інструктивної службової записки Департаменту конкурентної політики від 22.11.2008 № 22-02/284 «Щодо визначення окремих товарних ринків» та інформаційної службової записки Департаменту конкурентної політики від 22.10.2008 № 22-02/231 «Щодо підходів Антимонопольного комітету України при дослідженні ознак наявності колективного монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання», структурним підрозділом Комітету, його територіального відділення визначаються товарні, часові та територіальні (географічні) межі ринку, суб'єкти товарного ринку (споживачі, виробники, постачальники товару, надавачі послуг тощо), а також залежно від фактичних обставин, зокрема від наявності інформації, кон'юнктура ринку та її тенденції.

Структурним підрозділом Комітету складається план проведення дослідження з визначенням етапів та термінів їх виконання, який підписується керівником відповідного структурного підрозділу, державним уповноваженим, який безпосередньо спрямовує діяльність такого структурного підрозділу, та Головою Комітету.

Структурним підрозділом територіального відділення складається план дослідження з визначенням етапів та термінів їх виконання, який підписується керівником відповідного структурного підрозділу та головою територіального відділення.

З урахуванням особливостей територіальних (географічних) меж ринку, розташування та кількості учасників ринку, інших обставин до дослідження ринку, яке проводиться структурним підрозділом Комітету або спільно кількома структурними підрозділами Комітету, можуть залучатися територіальні відділення Комітету. Залучення територіальних відділень відбувається за окремим дорученням Голови Комітету.

Для координації роботи територіальних відділень, залучених до проведення дослідження, відповідним структурним підрозділом Комітету розробляються, зокрема:

- 1) орієнтовний (рекомендований) план проведення дослідження із зазначенням етапів та термінів їх виконання;
- 2) технологічна карта дослідження, яка містить:
  - примірний перелік питань, які мають бути включені до вимоги (вимог) про надання інформації, та форми для збору інформації від суб'єктів господарювання;
  - єдині форми для оформлення зібраної територіальними відділеннями інформації та її направлення до Комітету за результатами проведеного дослідження;
- 3) перелік питань, стосовно яких територіальні відділення мають надати свої висновки та пропозиції, виходячи з аналізу зібраної інформації тощо.

Складений структурним підрозділом Комітету проект орієнтовного (рекомендованого) плану проведення дослідження та проект технологічної карти можуть направлятися до територіальних відділень Комітету для надання відповідних пропозицій.

Після опрацювання пропозицій, наданих територіальними відділеннями Комітету, структурним підрозділом Комітету складається план і технологічна карта проведення такого дослідження, та відповідне доручення Голови Комітету, які погоджуються державним уповноваженим, який безпосередньо спрямовує діяльність структурного підрозділу Комітету.

Запитуючи інформацію, органи Комітету повинні враховувати положення Інформаційного листа «Про запитування інформації» № 43/01 від 28.05.2002, яким визначаються основні вимоги до листів про надання інформації.

У разі необхідності вжиття заходів, не передбачених технологічною картою дослідження, або недоцільності виконання окремих вимог цієї карти, затвердженої дорученням Голови Комітету, голова територіального відділення може звернутися із такою пропозицією до Комітету та здійснювати дослідження за запропонованою ним схемою лише після погодження з Комітетом.

## 2. Збирання необхідних матеріалів та інформації

При проведенні дослідження може бути зібрана звітна інформація, дані державної статистики, дані внутрішньої звітності суб'єкта (у разі, якщо така ведеться), інформація про стан і тенденції ринку (обсяги попиту та пропозиції, інформація про структуру ринку, бар'єри вступу на ринок та виходу з ринку, рівень цін та їх динаміку із встановленням факторів впливу, наявність потенційної конкуренції), наявність професійних та інших об'єднань учасників ринку тощо, інша інформація, яка дозволить визначити товарні, географічні та часові межі ринку, стан конкуренції на ринку.

Для проведення дослідження ринку можуть бути використані такі джерела інформації:

статистична інформація (дані) – офіційна державна інформація, яка характеризує масові явища та процеси, що відбуваються в економічній, соціальній та інших сферах життя України та її регіонів (отримується шляхом надсилання запитів до органів державної статистики);

адміністративні дані – дані, отримані на підставі спостережень, проведених органами державної влади (за винятком органів державної статистики), органами місцевого самоврядування та іншими юридичними особами відповідно до законодавства та з метою виконання адміністративних обов'язків та завдань, віднесених до їх компетенції (отримуються шляхом надсилання запитів);

дані вибіркового обстеження і опитувань населення або інших покупців (фізичних та юридичних осіб) про ситуацію на ринку – сукупність відповідей респондентів на певне коло питань, зокрема щодо думки покупців про асортимент і якість товарів, оцінки намірів та мотивів поведінки покупців, їх уподобань, побажань і вимог до споживчих якостей товарів та їх взаємозамінності, характеристики використання товару (отримуються самостійно або замовляються у відповідних суб'єктів, які спеціалізуються на проведенні соціологічних досліджень);

дані панельних обстежень споживачів – інформація щодо думки і поведінки споживачів, отримана на прикладі постійних сукупностей (панелей) споживачів, які є репрезентативною моделлю загальної сукупності споживачів (отримуються шляхом надсилання запитів до органів державної статистики);

дані, що свідчать про виробничі плани підприємств – учасників ринку, зокрема дані, опубліковані в засобах масової інформації (отримуються шляхом звернень до відповідних суб'єктів або пошуку та опрацювання оприлюдненої інформації у засобах масової інформації);

дані відомчих і незалежних дослідницьких та інформаційних центрів про стан, структуру та обсяг товарних ринків, участь у товарообігу окремих виробників і покупців (отримуються шляхом надсилання запитів);

опитування експертів (спеціалістів у відповідній галузі) щодо оцінки рівня збалансованості ринку (попиту і пропозиції) та пріоритетів покупців щодо споживчих якостей товару за обраними критеріями взаємозамінності товарів при формуванні товарних груп (здійснюється шляхом надсилання запитів, проведення анкетування);

відомості, отримані органами Комітету від суб'єктів господарювання за поточний та попередні роки, інші дані.

### 3. Аналіз та узагальнення даних

Структурним підрозділом Комітету або спільно кількома підрозділами, територіальними відділеннями Комітету аналізується та узагальнюється отримана інформація з метою оформлення та викладу інформації, отриманої з різних джерел, у формі, придатній для прийняття рішення.

При проведенні дослідження ринку можуть бути застосовані статистичні методи аналізу інформації, основними видами яких є:

- кореляційний аналіз (дозволяє виявити й оцінити напрям зв'язку між параметрами, що вивчаються);
- факторний аналіз (дозволяє виділити систему незалежних змінних показників, що лежить в основі набору взаємопов'язаних величин);
- кластерний аналіз (дозволяє розділити групу об'єктів на декілька груп, що взаємно не перетинаються, за сукупністю якісних і кількісних характеристик. Основне використання – сегментування ринку);
- дискримінантний аналіз (використовується для визначення ознак різниці двох і більше категорій об'єктів);
- аналіз сукупностей (використовується для наочного представлення відносного положення конкуруючих виробників товарів (робіт, послуг) на ринку по відношенню до конкурентів);
- порівняльний аналіз.

За результатами дослідження ринку надаються висновки щодо:

- стану конкуренції, тенденцій та перспектив розвитку конкуренції на відповідному ринку;
- наявності (відсутності) монопольного (домінуючого) становища окремого суб'єкта господарювання або групи суб'єктів господарювання (колективна монополія) на ринку;

- наявності (відсутності) ознак порушень законодавства про захист економічної конкуренції в діях окремого учасника ринку або групи учасників, у діях учасників суміжних ринків;

- заходів, яких необхідно вжити з метою забезпечення розвитку конкуренції на відповідному ринку;

- заходів, яких необхідно вжити з метою припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Термін проведення дослідження ринку може бути змінений Головою Комітету (головою територіального відділення) на підставі службової записки структурного підрозділу з відповідними поясненнями та обґрунтуванням.

У разі проведення дослідження ринків за участю структурного підрозділу (або спільно кількох структурних підрозділів) Комітету та структурних підрозділів територіальних відділень Комітету Департамент досліджень ринків є відповідальним за методологічне, консультативне та організаційне супроводження процесу організації дослідження на регіональному рівні та готує проекти відповідних доручень Голови Комітету, аналізує, у разі доцільності та необхідності, доводить до відома всіх залучених територіальних відділень актуальну оперативну інформацію, виявлену в ході дослідження.

Головою Комітету може бути визначено інший порядок проведення дослідження на будь-якій його стадії.

#### 4. Завершення дослідження ринку

Дослідження ринку завершується складанням службової записки відповідно на ім'я Голови Комітету, голови територіального відділення про результати проведеного дослідження.

До службової записки додається звіт про результати проведеного дослідження.

Звіт складається з таких основних розділів:

1. Вступ.
2. Основна частина.
3. Висновки та пропозиції.
4. Додатки (таблиці, графіки, діаграми тощо).

У вступі розкриваються підстави проведення дослідження, предмет та об'єкт дослідження, джерела отримання інформації.

В основній частині міститься інформація про:

учасників ринку, обсяг ринку товару, частки суб'єктів господарювання на ринку.



рівень ринкової концентрації<sup>1</sup>, інші кількісні показники;

бар'єри вступу на ринок для потенційних конкурентів, ступінь (можливість) їх подолання;

наявність ринкової влади;

оцінка стану конкурентного середовища на ринку, потенціалу його розвитку.

В основній частині може міститись інформація про:

бар'єри виходу з ринку для діючих конкурентів, ступінь (можливість) їх подолання;

відкритість ринку для міжрегіональної та міжнародної конкуренції (при існуванні об'єктивних можливостей для збору такої інформації):

інша інформація.

Розділ «Висновки» містить висновки та пропозиції, зроблені за результатами дослідження [щодо стану конкуренції на ринку, рівня концентрації ринку, тенденцій та перспектив розвитку конкуренції на відповідному ринку; монопольного (домінуючого) становища окремого суб'єкта господарювання або групи суб'єктів господарювання (колективна монополія) на ринку; ознак порушень законодавства про захист економічної конкуренції в діях окремого учасника ринку або групи учасників, у діях учасників суміжних ринків; заходів, яких необхідно вжити з метою забезпечення розвитку конкуренції на відповідному ринку; заходів, яких необхідно вжити з метою припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, тощо].

За результатами дослідження можуть бути вжиті такі заходи:

надано відповідь суб'єкту господарювання, громадянину, об'єднанню, установі, організації, за заявою про порушення законодавства про захист економічної конкуренції яких проводилося дослідження ринку;

надано відповідь органу державної влади, органу місцевого самоврядування, органу адміністративно-господарського управління та контролю, за зверненням яких проводилося дослідження ринку;

внесено рекомендації (пропозиції) органам державної влади, органам місцевого самоврядування, установам, організаціям, суб'єктам господарювання, об'єднанням щодо здійснення заходів, спрямованих на обмеження монополізму, розвиток підприємництва і конкуренції, запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, а також щодо припинення дій або бездіяльності, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію;

надано відповідь вишому органу державної влади, за дорученням якого проводилося дослідження;

---

<sup>1</sup> Розрахунок рівня концентрації ринку проводиться відповідно до Тимчасових методичних рекомендацій щодо визначення основних типів товарних ринків, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 27.01.2004 № 24-р.

внесено подання про ознаки порушення у разі виявлення ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

підготовлено проект змін до законодавчих або нормативно-правових актів;

ініційовано створення міжвідомчої робочої групи з метою підготовки змін до законодавчих чи нормативно-правових актів;

підготовлено проект звернення до Кабінету Міністрів України, Адміністрації Президента України, органів влади, органів місцевого самоврядування, інших державних органів з відповідними пропозиціями;

інші заходи.

#### **4. Оформлення результатів дослідження**

Матеріали дослідження ринку формуються у справі згідно з номенклатурою справ разом із відповідними документами, які були підставою для дослідження ринку, та звітом, складеним за результатами дослідження, та в терміни, передбачені номенклатурою справ, передаються до архіву.

Якщо за результатами дослідження ринку, проведеного структурним підрозділом Комітету, складено подання про ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, відповідні документи, які були підставою для проведення дослідження, та матеріали самого дослідження ринку, у разі необхідності, передаються структурному підрозділу Комітету, до функціональних повноважень якого належить проведення розслідувань у справах про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, з відповідною кваліфікацією дій та останнім передаються до архіву після завершення розгляду справи.

Якщо за результатами дослідження ринку, проведеного структурним підрозділом територіального відділення, складено подання про ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, відповідні документи, які були підставою для проведення дослідження, у разі необхідності, підшиваються до матеріалів справи і передаються до архіву після завершення розгляду справи.

Голова Комітету

В.П.ЦУШКО