



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

вул. Урицького, 45, м. Київ, 03035, тел. (044) 251-62-62, факс (044) 520-07-19
E-mail: slg@amc.gov.ua Web: http:// www.amc.gov.ua Код ЄДРПОУ 00032767

05.12.2007 № 22-15/01-7997

На № _____ Від _____

Членам Комітету
Начальникам структурних
підрозділів
Головам територіальних
відділень

Про застосування норм Закону України

“Про захист економічної конкуренції”, що містять поняття “бар’єри для доступу на ринок інших суб’єктів господарювання”, “обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб’єктів господарювання”, “перешкоди доступу на ринок (виходу) з ринку інших суб’єктів господарювання”

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ № 52/01

1. Закон України “Про захист економічної конкуренції” містить поняття, пов’язані з початком та завершенням діяльності суб’єктів господарювання з реалізації товарів на певному товарному ринку. Це, зокрема, поняття “бар’єри для доступу на ринок інших суб’єктів господарювання” (частина перша статті 12 Закону), “обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб’єктів господарювання” (пункт 5 частини другої статті 6 Закону), “перешкоди доступу на ринок (виходу) з ринку інших суб’єктів господарювання” (пункт 7 частини другої статті 13 Закону).

2. Поняття “доступ на ринок” слід розуміти як можливість вступу на нього. При цьому як вступ на ринок слід розглядати початок реалізації на відповідному ринку товарів (у значенні абзацу тринадцятого статті 1 Закону) суб’єктом господарювання, який до цього часу не реалізовував ці товари на зазначеному ринку, у тому числі надходження відповідних товарів із-за географічних меж відповідного ринку. Як вступ на ринок має розглядатися також поява на відповідному ринку товарів, що реалізуються суб’єктом господарювання, який в минулому реалізовував на цьому ринку свої товари, але в подальшому протягом тривалого часу не реалізовував товари на відповідному ринку.

Як тривалий час доцільно розглядати період, що, як правило, не менш ніж удвічі перевищує звичайний час обороту авансованого капіталу у відповідній галузі. У будь-якому випадку як тривалий має розглядатися час, що перевищує три роки.

3. Як *перешкоди* доступу на ринок виступають певні обставини (чинники), внаслідок яких суб'єкти господарювання, що вступають на певний товарний ринок, не мають змоги або можуть не мати змоги конкурувати на рівних із суб'єктами господарювання, які вже діють на цьому ринку.

Внаслідок неможливості суб'єктів господарювання, які вступають на ринок, конкурувати на рівних з тими, хто вже діє на цьому ринку, виникають *обмеження* доступу на ринок. Вони виявляються у відсутності чи неістотності вступу нових суб'єктів господарювання на відповідний товарний ринок протягом тривалого часу або ж неможливість для таких суб'єктів господарювання тривалий час здійснювати діяльність на ньому. Неістотність вступу нових суб'єктів господарювання на відповідний товарний ринок має місце у випадках, коли поява таких суб'єктів господарювання на ринку суттєво не змінює його структуру.

Перешкоди та обмеження доступу на ринок, що знаходяться між собою у причинно-наслідковому зв'язку, є, головним чином, двома сторонами *бар'єру* для доступу на ринок, який виступає як сукупність зазначених перешкод та обмежень доступу.

4. У випадку зловживань монопольним (домінуючим) становищем, передбачених пунктом 7 частини другої статті 13 Закону, необхідною та достатньою умовою відповідальності суб'єкта господарювання, що займає таке становище на ринку, є виникнення внаслідок його дій (бездіяльності) перешкод доступу на ринок інших суб'єктів господарювання, при цьому встановлення фактичного виникнення обмежень доступу на ринок внаслідок таких перешкод, не є обов'язковим.

Необхідно підкреслити, що це стосується оцінки дій (бездіяльності), що розглядаються як зловживання монопольним (домінуючим) становищем, а не визначення монопольного (домінуючого) становища відповідача.

У випадку антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів господарювання, передбачених пунктом 5 частини другої статті 6 Закону, для визнання відповідних дій (бездіяльності) порушенням законодавства про захист економічної конкуренції необхідним є встановлення або того, що вони стосуються обмеження доступу на ринок (виходу з ринку) інших суб'єктів господарювання, покупців, продавців (якщо йдеться про узгоджені дії, які призвели до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції), або ж того, що вони стосуються утворення перешкод доступу на ринок (якщо йдеться про узгоджені дії, які

можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, оскільки можливість обмеження доступу виступає як перешкода доступу).

У випадку ж визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання відповідно до частини першої статті 12 Закону необхідним є встановлення наявності та аналіз бар'єра.

При цьому, ознакою наявності перешкод, обмежень доступу на ринок є поведінка суб'єкта господарювання, що була б неможливою за умов існування значної конкуренції на ринку. Адже така поведінка свідчить, що можливість входження нових суб'єктів господарювання на ринок не була стримувальним чинником для використання суб'єктом господарювання ринкової влади. Тому доведення в ході розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді зловживання монопольним (домінуючим) становищем факту поведінки суб'єкта господарювання, неможливої за умов значної конкуренції на ринку, є додатковим доказом існування в той час, коли така поведінка мала місце, бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання.

5. В процесі визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання під час розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції здійснюється ретроспективна (стосовно минулого) оцінка наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання. При цьому, якщо характер перешкод доступу неможливо визначити, але існують очевидні ознаки обмежень доступу, це є достатньою підставою для висновку про наявність бар'єра для доступу на відповідний ринок інших суб'єктів господарювання.

6. Під час аналізу можливих наслідків концентрації, узгоджених дій суб'єктів господарювання здійснюється перспективна (стосовно майбутнього) оцінка наявності бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання. При цьому, оскільки визначити наявність фактичних обмежень доступу для майбутнього неможливо, для висновку про існування бар'єра у цьому випадку достатнім є встановлення наявності перешкод доступу суб'єктів господарювання на відповідні товарні ринки.

7. Чинники, що перешкоджають вступу на ринок (*перешкоди* доступу на ринок), можна поділити на:

природні,
регуляторні,
стратегічні.

7.1. Як природні чинники, що перешкоджають вступу на ринок, розглядаються особливості технології, способів виробництва чи інші фактори економічного, організаційного характеру, які є необхідними для забезпечення ефективної присутності товарів суб'єкта господарювання на відповідному ринку і створюють переваги для суб'єктів господарювання, що вже діють на певному товарному ринку, порівняно із суб'єктами господарювання, які вступають на нього.

Природні чинники можуть утворювати, зокрема, наступні обмеження, визначені пунктом 9.2 Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженої розпорядженням Антимонопольного комітету України від 4 березня 2002 року № 49-р, зареєстрованої у Міністерстві юстиції України 1 квітня 2002 року за № 317/6605 (надалі – Методика), як бар'єри для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок:

обмеження за попитом, пов'язані з високою насиченістю ринку товарами (товарними групами) та низькою платоспроможністю покупців;

економічні та організаційні обмеження;

нерозвиненість ринкової інфраструктури;

обмеження доступу до природних ресурсів;

інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи), якщо вони є наслідком дії природних чинників.

До природних чинників, що перешкоджають вступу на ринок, належать також істотні бар'єри виходу з ринку, тобто, обставини, що перешкоджають (обмежують) суб'єктам господарювання, які діють на певному товарному ринку, покинути його з метою знайти на інших товарних ринках покупців (продавців) у зв'язку з труднощами реалізації того, у що був вкладений капітал, і тим самим обмежують залишення суб'єктами господарювання ринку, що, у свою чергу, підвищує ризик вступу на такий ринок.

7.2. Регуляторні чинники, що перешкоджають вступу на ринок, є певними правилами поведінки суб'єктів господарювання, що встановлюються особами та інститутами, які не є суб'єктами господарювання, що здійснюють господарську діяльність на ринку.

До регуляторних чинників, що перешкоджають вступу на ринок, належать, зокрема:

адміністративні чинники;

публічні чинники.

При цьому, регуляторними перешкодами можуть бути як правомірні дії (бездіяльність) відповідних осіб, інститутів, так і протиправні.

7.2.1. Адміністративні чинники, що перешкоджають вступу на ринок, полягають у застосуванні органами влади, органами місцевого самоврядування, органами адміністративно-господарського управління та контролю владних повноважень, що

призводить до прямих обмежень і заборон вступу на певні ринки, зменшення привабливості вступу на товарні ринки, виникнення або посилення нерівності умов діяльності на ринку суб'єктів господарювання, що вступають на певний товарний ринок, та суб'єктів господарювання, що вже діють на ньому.

Адміністративні чинники можуть утворювати, зокрема, такі обмеження, визначені пунктом 9.2 Методики як бар'єри для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок:

адміністративні обмеження;

екологічні обмеження (коли вони впливають з владних приписів екологічного характеру);

інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи), коли вони є наслідком виконання владних приписів.

7.2.2. *Публічні чинники*, що перешкоджають вступу на ринок – це дії громадських (наприклад, екологічних, захисту прав споживачів), професійних, релігійних організацій та рухів, вплив сформованої громадської думки, традицій, звичаїв.

Публічні чинники можуть утворювати, зокрема, обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи), визначені пунктом 9.2 Методики.

7.3. *Стратегічні чинники*, що перешкоджають вступу на ринок – це цілеспрямовані дії операторів ринку, які мають на меті недопущення появи на ньому товарів, що конкурують чи можуть конкурувати з їхніми товарами.

Стратегічні чинники можуть утворювати, зокрема, такі обмеження, визначені пунктом 9.2 Методики як бар'єри для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок:

економічні та організаційні обмеження;

інші обмеження, що спричиняють суттєві витрати, необхідні для вступу на певний ринок товару (товарної групи), якщо вони є наслідком дії природних чинників.

8. Ознаками наявності *обмежень* доступу на відповідний товарний ринок, як правило, є:

1) відсутність вступу нових суб'єктів господарювання на відповідний ринок в минулому (протягом трьох найближчих календарних років і більше);

2) незначна кількість суб'єктів господарювання, що вступили на ринок протягом останнього часу (року, трьох років);

3) незначний розмір ринкових часток, досягнутих суб'єктами господарювання, які вступили на ринок протягом останніх трьох років (або, якщо термін окупності капіталу перевищує три роки – двох циклів обороту капіталу);

4) незначна тривалість діяльності на ринку суб'єктів господарювання, що вступили на нього в минулому;

5) істотне перевищення витрат на одиницю продукції в суб'єктів господарювання, які вступають на певний товарний ринок, порівняно із суб'єктами господарювання, що вже діють на цьому ринку;

6) значний строк окупності витрат, яких суб'єкт господарювання зазнає під час вступу на відповідний ринок.

Ці ознаки можуть бути однаково притаманні всім типам бар'єрів для вступу потенційних конкурентів на відповідний ринок, визначеним пунктом 9.2 Методики.

Голова Комітету



О.КОСТУСЄВ

Члени Комітету:

БАРАШ М. Я.

ВОЗНЮК О. В.

ЛИСИЦЬКИЙ М. Ф.

МОРОЗ С.М.

ЧЕРНЕЛЕВСЬКА О. П.

Юридичний
департамент

Літературний редактор

Секретар засідання

Начальник структурного
підрозділу

Виконавець

30.11.2007

**Можливі підходи до оцінки окремих показників,
що характеризують обмеження доступу на товарні ринки**

1. Під час застосування положень цих Рекомендаційних роз'яснень можуть бути використані наступні підходи до оцінки окремих показників, що характеризують обмеження доступу на товарні ринки.

2. Обмеження доступу на ринок можуть вважатися наявними, зокрема, за таких значень наведених нижче показників:

незначна кількість суб'єктів господарювання, що вступили на ринок (підпункт 2 пункту 5 Рекомендаційних роз'яснень) – кількість вступників, якщо їхня частка до загальної кількості операторів ринку є істотно (на 20 відсотків і більше) нижчою, ніж частка нових підприємств, що за той самий час розпочали діяльність у відповідній галузі або сфері економічної діяльності в цілому. У будь-якому випадку незначною є кількість вступників, що складає менше 5 відсотків кількості операторів ринку;

незначний розмір ринкових часток (підпункт 3 пункту 5 Рекомендаційних роз'яснень) – розмір ринкових часток, істотно (на 20 відсотків і більше) нижчий, ніж середній розмір ринкової частки учасників, що тривалий час діють на відповідному ринку. У будь-якому випадку незначним вважається розмір ринкових часток суб'єктів господарювання, що вступили на ринок протягом останнього року, якщо у сукупності він є меншим 5 відсотків;

незначна тривалість діяльності на ринку суб'єктів господарювання, що вступили на нього в минулому (підпункт 4 пункту 5 Рекомендаційних роз'яснень) – 3 роки та менше;

істотне перевищення витрат на одиницю товару в суб'єктів господарювання, які вступають на певний товарний ринок, порівняно із суб'єктами господарювання, що вже діють на цьому ринку (підпункт 5 пункту 5 Рекомендаційних роз'яснень) – середній розмір витрат на одиницю товару перших і середній розмір витрат на одиницю такого ж товару (товару тієї ж товарної групи) других відрізняється не менше ніж на 10 відсотків;

значний строк окупності витрат, яких суб'єкт господарювання зазнає під час вступу на відповідний ринок (підпункт 6 пункту 5 Рекомендаційних роз'яснень) – час, що перевищує звичайний час повернення банківського кредиту у розмірі, необхідному для здійснення вступу на ринок, або ж час, що перевищує час окупності витрат через амортизаційні відрахування. В будь-якому випадку значним є строк окупності витрат, що перевищує 8 років.

3. Залежно від конкретних обставин та специфіки окремих товарних ринків органами Антимонопольного комітету України можуть бути визначені й інші значення наведених показників, що свідчать про наявність обмежень доступу на ринок.

В.М. (В.М.М.)
29.11.2007

Приклади перешкод та обмежень доступу на ринки

Природні перешкоди

Приклади природних перешкод доступу на ринки зі світової практики

Високі накладні витрати підприємств водоочищення і пов'язаний із цим виражений ефект масштабу виробництва мають наслідком те, що оптимальним є розміщення лише однієї споруди з водоочищення у певному географічному районі.

Внаслідок великих витрат на проведення науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт, а також високих накладних витрат ускладненим є входження на ринок виробництва двигунів для великих комерційних літаків.

Фармацевтичні фірми зобов'язані здійснювати широкомасштабні клінічні випробування медикаментів до того, як можуть розпочати реалізацію свого товару на ринку. Якщо фірма не зможе продемонструвати безпеку та ефективність свого препарату, ліки не допускаються до реалізації державними органами. Витрати, які сталися у ході клінічних випробувань медикаментів, у цьому разі є необоротними, оскільки їх неможливо компенсувати, і створюють перешкоду для виходу з ринку, а, отже, і для вступу на нього.

Адміністративні перешкоди

Приклади адміністративних перешкод доступу на ринки зі світової практики

В ряді країн існують довготривалі та дорогі бюрократичні процедури для створення нової компанії або отримання можливостей для початку підприємницької діяльності. Наприклад, у Перу для реєстрації швацької майстерні з одним найманим працівником необхідно було 289 днів та витрата суми, що у 30 разів перевищувала місячну ставку шевця; водієві приватного автобуса або таксі для одержання права на обслуговування маршруту потрібно було витратити 26 місяців; у Мозамбіку для створення нової компанії необхідно було 12,5 років, на Філіппінах для реєстрації будинку, побудованого на землі, що вважається сільськогосподарською, необхідно було пройти 213 адміністративних процедур у 66 установах, що потребувало від 15 до 27 років; в Єгипті легалізація аналогічної трансакції потребувала від 6 до 11 років; в Гаїті для легалізації права власності на земельну ділянку необхідно було витратити 19 років (натомість, у США для створення нової компанії необхідно 7 місяців, в Австралії – 3 місяці, в Канаді – 2 місяці).

Приклади адміністративних перешкод доступу на ринки з української практики

Колишній Комітет України з монополії на виробництво та обіг спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів (Держспецмонополія) своїм наказом установив для оптових торговців алкогольними напоями і тютюновими виробами вимоги щодо наявності у пакетах документів для одержання чи перереєстрації ліцензій, договорів страхування відповідальності перед третіми особами за заподіяну їм шкоду внаслідок реалізації товарів. При цьому такі договори могли бути укладені лише з уповноваженими Держспецмонополією п'ятьма страховими компаніями. Для всіх інших страхових компаній були встановлені вимоги щодо необхідності одержання відповідних повноважень від Держспецмонополії як обов'язкової умови для прийняття їхніх договорів страхування. Внаслідок цих дій органу влади були створені перешкоди доступу на ринок страхування відповідальності перед третіми особами за заподіяну їм шкоду внаслідок реалізації товарів.

С-я райдержадміністрація видала розпорядження “Про заходи щодо забезпечення зберігання матеріальних цінностей підприємств, закладів та організацій усіх форм власності та упорядкування збору, зберігання, переробки та транспортування брухту чорних та кольорових металів”. Окремі пункти цього розпорядження забороняли приватним особам, підприємницьким структурам на території району будь-яку діяльність, пов'язану зі зберіганням, збиранням, переробкою та реалізацією чорного та кольорового металобрухту без узгодження із райдержадміністрацією; керівникам автотранспортних підприємств, управлінням залізничного транспорту та дорожньої міліції наказувалось не допускати транспортування металобрухту, кабельної продукції без письмового дозволу райдержадміністрації. Отже, цими діями органу влади були створені перешкоди доступу суб'єктів господарювання на місцеві ринки послуг із заготівлі брухту чорних та кольорових металів.

Стратегічні перешкоди*Приклади стратегічних перешкод доступу на ринки зі світової практики*

Контроль за правом на посадку у більшості європейських аеропортів забезпечується системою розподілу слотів – конкретного часу доби, протягом якого авіакомпанія має можливість здійснювати приземлення своїх повітряних суден. У ряді випадків ці слоти розподіляються таким чином, що компанії, які використовували свої слоти в попередньому році, мають право користуватися ними і в поточному (так зване правило, “користуйся, або втратиш”). Це спонукає авіакомпанії користуватися послугами певного аеропорту протягом

року, навіть якщо протягом саме цього року їй було б вигідніше здійснювати рейси до іншого, і водночас створює перешкоди доступу на ринок для нових авіаперевізників – покупців послуг аеропортів, навіть якщо б вони могли використовувати цей слот більш продуктивно.

Приклади стратегічних перешкод доступу на ринки з української практики

ВАТ “У-газ” займає монопольне становище на регіональному ринку розподілу та транспортування природного газу. За рішенням облдержадміністрації на його базі була створена експертна комісія, яка готувала висновки щодо можливості інших підприємців виконувати роботи з газифікації. Експертні висновки подавалися до центру з ліцензування, де враховувалися під час видачі ліцензій на роботи з газифікації. При цьому, ВАТ “У-газ” виконувало ті ж роботи, що й підприємці, які мали намір отримати ліцензію. Експертна комісія ВАТ “У-газ” видала негативні експертні висновки щодо можливості виконання будівельно-монтажних робіт з газифікації малим підприємствам “І.” та “М.”, визначивши основною причиною відмови приватну форму власності цих підприємств, хоча чинним законодавством обмеження, пов’язані з формою власності підприємств, не встановлені. Цими діями, визнаними зловживанням монопольним становищем на ринку, були створені перешкоди доступу на ринок робіт з газифікації для інших продавців.

ВАТ “Z-обленерго”, використовуючи своє монопольне становище на ринку послуг з передачі електроенергії магістральними мережами, спочатку безпідставно відмовляло ВО “N-вугілля” та ВАТ “П-вугілля” у погодженні, а потім несвоєчасно погоджувало акти розмежування балансової належності електричних мереж та експлуатаційної відповідальності; ухилялося від укладення з ними договорів на передачу електроенергії з метою їхнього примушення до погашення заборгованості та поточного розрахунку за послуги виключно грошовими коштами. Навіть після укладення за рішенням суду договорів, ВАТ відмовлялось від погодження або несвоєчасно погоджувало повідомлення про обсяги енергії, що закуповувалась, акти прийому-передачі електроенергії, графіки очікуваного енергоспоживання, мотивуючи свої дії наявністю заборгованості за послуги з передачі електроенергії, якої насправді не було. Така позиція ВАТ “Z-обленерго” призвела до того, що ВО “N-вугілля” та ВАТ “П-вугілля” не могли закуповувати електроенергію на оптовому ринку електричної енергії для її подальшої реалізації за нерегульованим тарифом. Отже, внаслідок дій ВАТ “Z-обленерго” були створені перешкоди доступу на ринок послуг з постачання електроенергії за нерегульованим тарифом для інших продавців.

ТОВ “Е-ком” здійснювало підприємницьку діяльність з постачання електричної енергії за нерегульованим тарифом на території України і уклало з V-ським комбінатом хлібопродуктів договір на поставку йому електроенергії. Але ДАЕК “V-обленерго”, що є суб’єктом природної монополії на ринку передачі електричної енергії місцевими (локальними) електричними мережами, відмовило ТОВ “Е-ком” у транспортуванні електричної енергії до зазначеного споживача, що знаходиться на території V-ської області в зоні обслуговування його мереж. Цим ДАЕК “V-обленерго” створило перешкоду доступу ТОВ “Е-ком” на ринок послуг з постачання електричної енергії споживачам у V-ській області.

БАТ “Укртелеком”, в особі D-ської дирекції, відмовило ТОВ “Y-X”, приватному оператору телефонного зв’язку у видачі технічних умов на використання мережі телефонної каналізації у місті D, що належить дирекції, незважаючи на наявність технічної можливості. Цим D-ська дирекція БАТ “Укртелеком” створила перешкоду доступу ТОВ “Y-X” на ринок місцевого телефонного зв’язку у місті D.

ТОВ “X” займало монопольне становище на загальнодержавному ринку послуг з адміністрування і технічного супроводу домену .UA та COM. UA в мережі Інтернет.

ТОВ “X” відмовило ТОВ “D” в укладенні договорів про надання послуг з адміністрування і технічного супроводу публічних доменів .UA та COM.UA, доменів другого рівня в цих публічних доменах, у делегуванні та адмініструванні доменних імен, що обслуговувались ТОВ “D”. Цим для ТОВ “D” були створені перешкоди доступу на загальнодержавні ринки послуг з реєстрації доменів у доменах .UA та COM. UA. Отже, дії ТОВ “X” призвели до створення перешкод доступу на ринок послуг з реєстрації доменів у доменах .UA та COM. UA. в мережі Інтернет для інших продавців.

Державне спеціалізоване комунальне підприємство “Ритуал” надавало повний комплекс ритуальних послуг замовникам, які необхідні для проведення поховання громадян, крім того, згідно з державними актами на право користування землею для розміщення цвинтарів воно було наділене винятковим правом визначати цвинтар, місце поховання, а також здійснювати копання могили механізованим способом.

Крім підприємства, ритуальні послуги на місцевому ринку реалізовували інші суб’єкти господарювання різних форм власності, в тому числі фізичні особи з правом господарської діяльності. Більша кількість приватних підприємців пропонувала замовникам лише окремі ритуальні послуги, але були й такі, що надавали майже повний комплекс

послуг, крім виділення місця поховання та копання могили механізованим способом. З метою усунення

конкурентів з ринку та недопущення вступу на нього нових суб'єктів господарювання підприємство “Ритуал” запровадило практику відмов громадянам, які замовили весь комплекс ритуальних послуг у приватних підприємців, у наданні послуги копання могил механізованим способом. Внаслідок цього одні замовники змушені були копати могилу власними силами, а інші – відмовитися від послуг приватних підприємців і замовити весь комплекс ритуальних послуг у підприємства “Ритуал”. Такими діями підприємства “Ритуал”, визнаними зловживанням монопольним становищем на ринку були створені перешкоди доступу на місцевий ринок ритуальних послуг для інших продавців.

Приклади аналізу обмежень доступу на товарні ринки з української практики

У ході розгляду справи про концентрацію суб'єктів господарювання на ринку паперових мішків було встановлено, що витрати на початок виробництва цього товару в Україні, пов'язані із закупівлею нової лінії з виробництва паперових мішків, становлять близько 4 – 6 млн євро. Однак, вони можуть бути відшкодовані за рахунок прибутку від реалізації цього товару за час, на який на звичайних умовах надається банківський кредит у відповідному розмірі.

Крім того, у світі існує близько 100 великих виробників паперових мішків і приблизно 900 дрібніших, з яких в Україні свій товар реалізують лише 3 великі виробники і кілька середніх і дрібних. Перешкоди для імпортування паперових мішків в Україну відсутні, транспортні витрати є незначними. Маючи виробничі потужності за межами України, іноземні виробники товару в будь-який час можуть укласти зовнішньоекономічні договори на поставку паперових мішків і здійснювати їх значну поставку без будь-яких суттєвих витрат. Отже, істотних перешкод доступу на ринок паперових мішків в Україні немає.

Відповідно відсутні і обмеження вступу: так, компанія “М.” (Польща) активно розпочала реалізацію паперових мішків в Україні шляхом їх імпорту та протягом двох років набула на ринку паперових мішків в Україні частку у розмірі близько 10 відсотків.

Виходячи з цього, був зроблений висновок про відсутність істотних бар'єрів вступу на зазначений ринок.

Г-ська обласна дирекція НАСК “Оранта” та Г-ське обласне управління Державного ощадного банку України уклали договір про довгострокове взаємовигідне співробітництво з питань банківсько-страхових операцій. Згідно з цим договором управління Ощадбанку

прийняло на себе зобов'язання проводити переговори з юридичними та фізичними особами, які зверталися за одержанням кредиту та іншими послугами, щодо укладення ними договорів із дирекцією НАСК "Оранта" на страхування майна, що було предметом застави. Дирекція НАСК "Оранта", у свою чергу, зобов'язалась сплачувати управлінню Ощадбанку винагороду в розмірі 10 відсотків суми страхових платежів, які надійшли за договорами, укладеними з клієнтами-позичальниками управління. Дирекція НАСК "Оранта" та управління Ощадбанку довели зміст цього договору до всіх своїх структурних підрозділів в області. Оскільки Ощадний банк займає в межах F-ської області монопольне становище на ринку кредитування фізичних осіб, були створені перешкоди для вступу конкурентів НАСК "Оранта" на місцевий ринок страхування заставного майна. Цьому додатково сприяла та обставина, що в управлінні була відсутня інформація про інші страхові компанії, і клієнти не мали змоги обрати страховика за своїм бажанням.

В результаті з 90 позичальників, які отримували кредити під заставу майна, 60 застрахували майно в дирекції, а з п'яти конкурентів НАСК "Оранта" діяльність на відповідному ринку в області продовжили лише три. Отже, внаслідок антиконкурентних узгоджених дій F-ської обласної дирекції НАСК "Оранта" та F-ського обласного управління Ощадбанку були створені перешкоди доступу на ринок послуг страхування майна, що призвело до обмеження доступу суб'єктів господарювання на відповідний ринок та зменшення кількості його учасників.

На ринку W-ської області протягом року постачання електроенергії за нерегульованим тарифом здійснювали 70 суб'єктів господарювання. Загальний обсяг її реалізації за цей час склав 35 млн грн.

Причому, з числа цих суб'єктів господарювання розпочали постачання електроенергії за нерегульованим тарифом в області протягом зазначеного року 20. Інші 50 діяли раніше. Обсяг реалізації вступниками (новачками) за цей час склав 3 млн грн.

Після прийняття W-ською облдержадміністрацією заборони на постачання електроенергії за нерегульованим тарифом суб'єктами господарювання, які не зареєстровані на території області, протягом наступного року в області її реалізовували 45 суб'єктів господарювання; загальний обсяг реалізації склав 37 млн грн. При цьому, протягом зазначеного року реалізацію товару розпочали 7 суб'єктів господарювання із загальним обсягом реалізації 1 млн грн.

Отже, відсоток нових суб'єктів господарювання у загальній кількості продавців на ринку після прийняття відповідного рішення облдержадміністрації скоротився в 1,75 разу (з 28 до 16 відсотків), їхня частка в обсязі реалізації товару – у 3,2 разу (з 8,6 до 2,9 відсотка),

що свідчить про істотне обмеження доступу суб'єктів господарювання на ринок. Таким чином, діями органу місцевої влади були створені бар'єри вступу на ринок (перешкоди доступу, які призвели до обмеження доступу на ринок).

Віктор (Пашенко)
29.11.2007



ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 91
засідання
Антимонопольного комітету України
від 27 листопада 2007 р.

6. Про проект інформаційного листа «Про застосування норм Закону України «Про захист економічної конкуренції», що містять поняття «бар'єри для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання», «обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб'єктів господарювання», перешкоди доступу на ринок (виходу) з ринку інших суб'єктів господарювання»

Розглянувши проект інформаційного листа, внесеного Департаментом конкурентної політики,

Антимонопольний комітет України вирішив:

1. Проект інформаційного листа Антимонопольного комітету України «Про застосування норм Закону України «Про захист економічної конкуренції», що містять поняття «бар'єри для доступу на ринок інших суб'єктів господарювання», «обмеження доступу на ринок (вихід з ринку) інших суб'єктів господарювання», перешкоди доступу на ринок (виходу) з ринку інших суб'єктів господарювання» схвалити.

2. Членам Комітету, директору Юридичного департаменту, керівникам управлінь досліджень і розслідувань, головам територіальних відділень до 01.12.2008 року на основі досвіду застосування положень Інформаційного листа надати Департаменту конкурентної політики зауваження і пропозиції.

Директору Департаменту конкурентної політики до 01.01.2009 року забезпечити узагальнення отриманої інформації та внесення на розгляд Комітету відповідних пропозицій щодо удосконалення Інформаційного листа.

Голова Комітету

О. КОСТУСЄВ