

УДК 339.13.012: 338.516.42
JEL K210

Филюк Г.М., д.е.н., професор,
Заслужений економіст України,
завідувач кафедри економіки підприємства,
Колоша В.В., к.е.н., асистент,
КНУ імені Тараса Шевченка

ДОМІНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ: ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ПІДХОДИ

У статті порушено проблему визначення основних критеріїв домінування суб'єкта господарювання на ринку. Розкриті проблеми виявлення домінуючого становища фірми в українській економіці та показана відмінність між підходами в країнах зі сформованими конкурентними відносинами і в Україні. Подано порівняння домінуючого становища і монопольного. Розкрито зміст поняття та наведено перелік ознак домінуючого становища фірми на ринку. Авторами сформульовані пропозиції щодо удосконалення норм антимонопольного законодавства в Україні. Такий погляд буде цікавим для фахівців у галузі конкурентного права.

Ключові слова: ринок, конкуренція, домінуюче становище, монопольне становище, ознаки домінуючого становища, ознаки монопольного становища, конкурентна політика, антимонопольне регулювання, економічна концентрація, державний контроль за економічною концентрацією, конкурентне законодавство, ринкові бар'єри.

Постановка проблеми. Незважаючи на очевидні здобутки нашої держави у сфері захисту конкуренції, національне антимонопольне законодавство потребує удосконалення з урахуванням новітніх досягнень світової та вітчизняної економічної науки і викликів, які диктуються умовами глобального ринку. На сучасному етапі назріла необхідність перегляду підходів до визначення домінуючого і монопольного становища підприємства на ринку.

Це зумовлено, по-перше, тим, що зловживання домінуючим (монопольним) становищем в Україні є одним з найпоширеніших видів порушень антимонопольного законодавства (рис. 1). Причому, як бачимо, лінія тренду є зростаючою.

По-друге, від правильності визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єкта господарювання на ринку залежить коректність виявлення зловживань таким становищем. Некоректне звинувачення його в неіснуючому порушенні норм конкурентного права негативно впливає на ефективність його діяльності через зростання трансакційних витрат на пошук доказової бази щодо доведення невинуватості, відволікання обмежених ресурсів (перш за все, інтелектуальних), втрати репутації, тощо. Навпаки, визнання порушника норм конкурентного права невинним спричиняє негативні соціально-економічні наслідки для тих суб'єктів господарювання, чії права порушені. Допущення помилок і прорахунків у встановленні факту наявності чи, навпаки, відсутності домінуючого становища

підриває в суспільстві довіру до антимонопольного органу, послаблює стимули господарюючих суб'єктів до дотримання норм законодавства про конкуренцію. І, насамкінець, обидва типи помилок негативно впливають на економічний добробут країни.

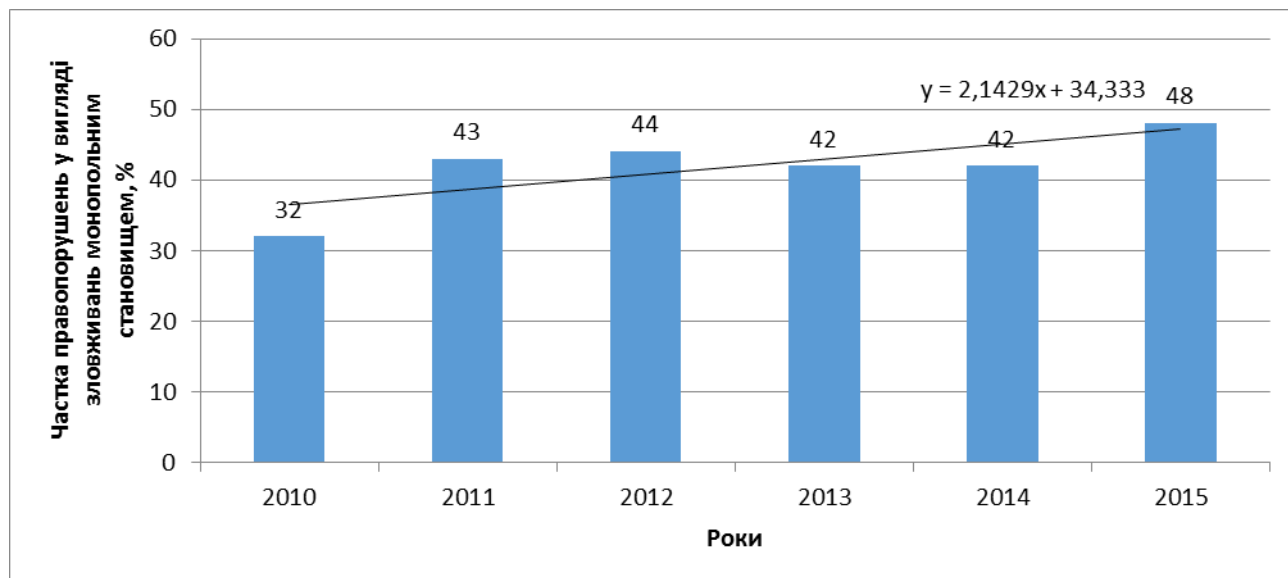


Рис. 1. Порухення антимонопольного законодавства України у вигляді зловживань домінуючим (монополієм) становищем.

Джерело: Побудовано авторами за даними звітності Антимонопольного комітету України за 2010-2015 рр.

Аналіз наукових досліджень. Загалом дослідженню різноманітних теоретичних проблем формування і реалізації конкурентної політики на глобальному рівні і в Україні та практичних аспектів її реалізації присвячено низку праць вітчизняних науковців, зокрема, В. Базилевича, А. Герасименко, А. Ігнатюк, В. Лагутіна, авторів цієї статті та багатьох інших.

Невирішені частини проблеми. Водночас, питання удосконалення підходів до визначення домінуючого та монополієм становища на ринках України ще не знайшли всебічного розгляду й не одержали належного наукового обґрунтування.

Метою роботи є визначення сутнісних ознак та характеристик одноосібного та колективного домінування суб'єкта господарювання на ринку та розробка пропозицій щодо підвищення ефективності реалізації конкурентної політики в Україні.

Викладення основного матеріалу. Необхідність у встановленні домінуючого становища підприємства (чи групи підприємств) на певному ринку зумовлена потребою у:

- здійсненні превентивного державного контролю за економічною ситуацією на ринку, за узгодженими діями суб'єктів господарювання;
- контролі за інтеграційними процесами на ринку (створення, злиття, поглинання тощо, що призводить до консолідації, зростання ринкової концентрації);

– проведенні спеціальних досліджень товарних ринків з метою розробки рекомендацій щодо недопущення їх можливої монополізації, розробки заходів щодо розвитку конкурентного середовища;

– контролі за систематичною поведінкою суб'єкта господарювання на ринку з метою недопущення порушень антимонопольного законодавства та припинення зловживань монопольним (домінуючим) становищем; тощо.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» трактує поняття «монопольне (домінуюче) становище» через певні кількісні і якісні критерії. Кількісні критерії визначаються через встановлення частки підприємства на ринку певного товару, яка розраховується як відношення обсягу товарів, що продаються (придбаваються) певним суб'єктом господарювання (чи їх групою) на ринку до загального обсягу ринку [1]. Зокрема, монопольним (домінуючим) вважається становище суб'єкта господарювання на ринку, якщо:

1) на цьому ринку у нього немає жодного конкурента. Зауважимо, що де-факто це означає стовідсоткову присутність підприємства на цьому ринку, що у термінах економічної теорії визначається як чиста монополія;

2) його частка на цьому ринку перевищує 35%, якщо він не доведе, що зазнає значної конкуренції.

Становище суб'єкта господарювання з ринковою часткою 35% або менше також може вважатися монопольним (домінуючим), якщо він не зазнає значної конкуренції, особливо, коли розмір інших конкуруючих суб'єктів господарювання на тому ж ринку є незначним [2].

Вітчизняне конкурентне законодавство визнає монопольним (домінуючим) також становище кожного із господарюючих на певному ринку суб'єктів, якщо:

– сукупна частка трьох найбільших суб'єктів господарювання на ринку перевищує 50%;

– сукупна частка п'яти найбільших суб'єктів господарювання, які функціонують на одному товарному ринку, перевищує 70% [2].

У цих випадках йдеться про ситуацію колективного домінування, так звану «групову монополію».

З приводу зазначених правових положень необхідно зробити декілька уточнень, які, як уявляється, мають важливе значення як для економічної теорії регулювання ринків, так і для практики правозастосування.

По-перше, тягар доведення наявності конкуренції на ринку, як у випадку одноосібного, так і у випадку колективного домінування, перекладається на зацікавлену сторону, тобто на підприємства, яким інкримінують наявність домінуючого чи монопольного становища. При цьому, законодавством передбачено, що презумпції одноосібного чи колективного домінування можуть бути спростовані, якщо суб'єкти господарювання доведуть, що:

– на цьому ринку між ними існує значна конкуренція;

– на ринку присутні інші суб'єкти господарювання, що створюють значну конкуренцію суб'єктам господарювання, які нібито займають домінуюче становище.

Якщо ж суб'єкти господарювання все-таки доведуть, що вони зазнають значної конкуренції, то антимонопольний орган не може визнати їх такими, що займають монополіне (домінуюче) становище на цьому ринку. При цьому методика аналізу ринку і становища на ньому господарюючого суб'єкта повинна відповідати чинним нормативно-правовим актам, а отримані результати мають бути економічно і юридично обґрунтованими. Водночас, зауважимо, законодавство України у сфері захисту конкуренції не уточнює, які правові та економічні обставини можуть бути використані суб'єктами господарювання як показники доведення наявності чи відсутності значної конкуренції. Тому на законодавчому рівні необхідно уточнити ці обставини.

По-друге, вважаємо за необхідне висловити певні застереги щодо встановлення мінімального граничного значення ринкової частки суб'єкта господарювання на ринку у розмірі 35%. У більшості випадків у країнах з усталеними ринковими відносинами традиційно використовується порогове значення частки товарного ринку в розмірі 50% [3, с. 263-265], хоча домінуючим може бути визнане становище суб'єкта господарювання із нижчою часткою (наприклад, у Німеччині порогова частка законодавчо знижена до 40%)[4], або, навпаки, навіть перевищення 50% не завжди є переконливим свідченням факту домінування.

Наприклад, в Австрії домінуючою може бути визнана компанія, яка не має конкурентів на ринку, або має їх в незначній кількості, або компанія займає домінуюче становище по відношенню до своїх конкурентів. При цьому, оцінці підпадають «стандартні» критерії: фінансове становище, зв'язок з іншими господарюючими суб'єктами, наявність бар'єрів входу на ринок. Становище також буде визнано домінуючим, якщо контрагенти господарюючого суб'єкта є настільки від нього залежними, що розрив відносин призведе для них до фінансових ускладнень [с. 5]. У Франції встановлення факту домінування здійснюється правозастосовним органом у кожному конкретному випадку [6]. Відмінність підходу України від підходу ЄС полягає у тому, що окремі положення ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» значною мірою запозичені зі ст. 19 Закону про конкуренцію Німеччини.

Таким чином, враховуючи реалії сьогодення, в Україні слід зберегти кількісні порогові критерії частки суб'єкта господарювання (чи їх групи) на ринку, але ці критерії варто переглянути і привести у відповідність до прогресивних світових стандартів. Ця пропозиція висловлена не з метою копіювання «чужого» досвіду, а з тим, щоб забезпечити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств і стимулювати їх до прозорості і відкритості. Низькі порогові значення часток штовхають підприємства до пошуку інших шляхів збільшення своєї присутності на ринку, що в умовах недосконалості чинного законодавства може забезпечити цілком законні їх дії.

По-третє, домінування на ринку навіть при наявності великих часток існує далеко не у всіх випадках. Фактичний розмір часток одного чи кількох господарюючих суб'єктів на ринку часто не відображає, наскільки їх одноосібна поведінка чи

взаємодія здатні негативно вплинути на конкуренцію на ринку, призвести до її обмеження.

Тому Типовий Закон про конкуренцію ЮНКТАД враховує якісні критерії до визначення домінування. Цим Законом домінуюче становище на ринку визначається як ситуація, за якої будь-яке підприємство, що функціонує самостійно або разом з іншими підприємствами, володіє можливістю контролювати відповідний ринок конкретного товару (послуги) чи їх групи [7, с. 8]. Визначення, що його дав Суд ЄС у справі «United Brands», постійно цитується у більшості рішень Комісії та Суду ЄС щодо застосування ст. 102 Договору про функціонування ЄС. Згідно із підходом Європейського суду, «домінуюче становище – це становище, яке дозволяє підприємству, що його займає, використовувати свою *економічну силу* для того, щоб не допускати ефективної конкуренції на ринку, діяти незалежно від конкурентів, клієнтів і в кінцевому підсумку – від споживачів» [8]. У судових рішеннях домінуюче становище визначається на основі врахування сукупності кількох чинників, які незалежно один від одного не є визначальними. Європейський підхід враховує також історичний аналіз, особливо для високотехнологічних галузей, де замовлень у компанії може бути мало, але вони пов'язані з виробництвом унікального товару.

У практиці застосування конкурентного законодавства Комісія ЄС, і Суд ЄС при визначенні домінуючого становища особливу увагу звертають на те, наскільки ефективно підприємство перешкоджає входженню на ринок конкурентів, який його економічний потенціал і доступ до ринку капіталів.

Суди США також практично не визнають домінуючою частку на ринку, менше, ніж 50 %, а при наявності у компанії частки ринку у розмірі 50 % і більше, розглядаються додаткові аргументи. Так, ринкова частка 50% у справі «Indiana Grocery v. Super-Valu Stores» виявилася недостатньою для визнання судом наявності загрози монополізації з урахуванням твердження позивача про те, що відповідач ніколи не б не здобув повну владу над ринком. Прикладом може слугувати також справа «US v. Empire Gas Corp.», при розгляді якої було враховано відкритість доступу на ринок для нових учасників. Незважаючи на частку компанії понад 50 %, суд зробив висновок про неможливість його монополізації цією компанією.

Законом України «Про захист економічної конкуренції» також встановлено такі додаткові, якісні критерії, які можуть бути свідченням домінування суб'єкта господарювання на ринку. Йдеться про «обмеженість можливостей доступу інших суб'єктів господарювання щодо закупівлі сировини, матеріалів, доступу до каналів збуту товарів, наявність бар'єрів для доступу на ринок інших суб'єктів, а також *інші обставини*» [2].

Тут виникає питання, що мається на увазі під терміном «інші обставини». Їх пояснення знаходимо в коментарі до Закону про захист економічної конкуренції, де уточнюється, що ознаки домінуючого становища можуть виявлятися шляхом аналізу специфічних характеристик господарської діяльності, поведінки лідера, а

також наслідків такої поведінки для інших суб'єктів ринку – конкурентів, контрагентів, держави, а саме:

- здатність протистояти тимчасовим заходам менших конкурентів без втрати ринкової частки;
- можливість підтримувати ціни на рівні вищому, ніж конкурентний;
- спроможність тривалий час застосовувати дискримінаційні заходи;
- здатність приваблювати та утримувати замовників, клієнтів чи ставати обов'язковим торговим партнером для клієнтів чи постачальників [9, с. 12].

Уточнена позиція законодавця щодо сутності домінуючого (монопольного) становища суб'єкта господарювання на ринку знайшла своє відображення у ст. 27 Господарського Кодексу України, згідно з якою монопольним визнається становище суб'єкта господарювання, яке дає йому можливість самостійно або разом з іншими суб'єктами обмежувати конкуренцію на ринку певного товару (робіт, послуг) [10].

Визначення монопольного чи домінуючого становища підприємства на відповідному товарному ринку в Україні здійснюється відповідно до Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, яка конкретизує поведінкові ознаки ринкової влади. Такими ознаками є [1]:

- здатність окремого суб'єкта господарювання або їх групи диктувати свої умови при продажу товару, укладенні договору про поставки, нав'язувати споживачу не вигідні умови;
- їх здатність обмежувати конкуренцію, витіснити з ринку інших підприємців, або створювати бар'єри вступу на ринок;
- здатність окремого суб'єкта господарювання або їх групи скорочувати або обмежувати випуск товарів і постачання їх на ринок збуту з метою отримання односторонньої користі;
- здатність окремого суб'єкта господарювання або їх групи підвищувати ціни на товари і підтримувати їх на рівні, що перевищує конкурентний.

Важливо підкреслити, що в ст. 10.4 цієї Методики високий рівень концентрації ринку розглядається *не як основна ознака* ринкової (монопольної) влади, а як *додаткова*. Абсолютної межі, після якої наявність домінуючого становища вважається встановленою, Методикою не передбачено.

На нашу думку, умови, передбачені ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції» і ст. 10.3 Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку є взаємодоповнюючими по відношенню одна до одної. Тому для визнання суб'єкта господарювання на товарному ринку домінуючим чи монопольним необхідне сукупне виконання двох видів умов. А це означає, монопольне (домінуюче) становище на ринку може займати лише підприємство, яке володіє ринковою владою і використовує цю ринкову владу з метою отримання монопольного прибутку або здобуття інших переваг на ринку. Натомість нездатність підприємства з великою часткою на ринку реалізувати переваги свого становища у власних цілях означає відсутність у нього монопольного чи домінуючого становища. Те ж саме стосується і колективного домінування на олігопольному ринку.

По-четверте, важливо враховувати, що домінуюче становище не є синонімом монопольному становищу, як передбачено ст. 12 Закону України «Про захист економічної конкуренції». У Коментарі до Закону України «Про захист економічної конкуренції» показана смислова різниця між ними. «Монополія означає відсутність будь-якої конкуренції (реальної чи потенційної), а домінуюче становище виникає, «коли суб'єкт господарювання не зазнає значної конкуренції» [9].

В американській судовій практиці вироблені кількісні критерії домінування. Вважається, що володіння часткою 90% створює монополію, часткою 60% – сумнівну монополію, тоді як 33% ринку монополію створювати не можуть.

На нашу думку, ці поняття ототожнювати неправомірно, оскільки домінуюче підприємство діє на ринку не відособлено, а в оточенні конкурентів. При встановленні ціни та визначенні обсягу випуску товару домінуюча фірма певною мірою зважає на них. У цьому полягає докорінна відмінність такої ситуації від ситуації монополії. Водночас монополіст практично контролює ці основні параметри ринку. Тому термінологічне уточнення цих понять є важливим для забезпечення справедливості і прозорості в реалізації норм конкурентного права до суб'єктів господарювання, які функціонують на консолідованих ринках.

По-п'яте, вважаємо за доцільне ще раз підкреслити й ту обставину, що здобуття підприємством монопольного чи домінуючого становища само по собі не може бути протизаконним, оскільки може виникати завдяки об'єктивним історичним та економічним умовам, які формуються на певному етапі розвитку ринкових відносин. Ці дії (чи результат дій) стають протизаконними лише за умови, що вони пов'язані із застосуванням визначених законодавством, заборонених засобів конкурентної боротьби, а саме: картельних угод, зловживання своєю ринковою владою монополістами або домінуючими підприємствами, а також внаслідок здійснення економічної концентрації без відповідного дозволу антимонопольних органів у випадках, для яких такий дозвіл на її здійснення передбачений. Однак, встановлення факту домінування служить підставою для здійснення систематичного контролю за діяльністю господарюючого суб'єкта з метою недопущення та припинення зловживань цим становищем на товарному ринку. Правопорушенням вважається опортуністична поведінка монополіста чи підприємства – домінанта, спрямована проти реальних чи потенційних конкурентів з метою зниження рівня конкуренції або її повного усунення.

Висновки. Отже, проведений аналіз дає змогу зробити такі висновки.

Домінуюче становище суб'єкта господарювання на ринку – це становище, яке внаслідок значної асиметрії ринкових часток між цим суб'єктом та його конкурентним оточенням забезпечує йому значну і тривалу в часі ринкову владу, що дає змогу істотно впливати на умови обігу товарів на ринку, цінову (тарифну) політику, істотно обмежувати вхід на ринок потенційних конкурентів тощо. Поняття домінування на ринку формується сукупністю таких ознак:

– наявність у суб'єкта господарювання ринкової влади, що проявляється у здатності ним в односторонньому порядку впливати на параметри рівноваги ринку та рівень конкуренції на ньому;

- відсутність у фірм конкурентного оточення з меншою ринковою часткою альтернативних джерел поставок сировини, матеріалів, або каналів збуту готової продукції;
- зловживання суб'єктом господарювання своїм становищем на ринку;
- суб'єкт господарювання прямо або опосередковано реалізує заходи щодо встановлення бар'єрів входу на ринок;
- діяльність фірми – потенційного домінанта не підлягає жорсткому державному регулюванню;
- доступність важливої для прийняття управлінських рішень інформації (особливо щодо цінової і збутової політики);
- стабільність значення високої частки ринку протягом тривалого часу, або її зростання;
- ринкова частка є не меншою від 50 %;
- фірми конкурентної «периферії» володіють значено меншими ринковими частками, угоди між ними неможливі та інші.

Основна відмінність вітчизняної практики реалізації конкурентної політики в питанні визначення домінуючого становища полягає у різних пріоритетах щодо вибору критеріїв. Найважливішим критерієм у вітчизняній практиці є кількісний критерій (частка, яку суб'єкт господарювання займає на ринку), а інші критерії використовуються як допоміжні. На противагу цьому підходу, у світовій практиці у кожному конкретному випадку рішення приймається на основі врахування багатьох якісних критеріїв, нерідко ігноруючи застосування порогових значень, встановлених законодавцем як рекомендації.

Крім того, недоліком українського підходу є те, що в Законі України «Про захист економічної конкуренції» занижені порогові значення ринкових часток. У світовій практиці ці значення є значно вищими.

З огляду на активізацію процесу інтеграції України у світовий, зокрема, європейський економічний простір, підходи до визначення домінуючого становища суб'єкта господарювання на ринку необхідно привести у відповідність до норм і підходів зарубіжного, передусім, європейського конкурентного законодавства.

Перспективи подальших наукових досліджень у цій сфері мають бути пов'язані з удосконаленням методики й інструментів дослідження ринку і виявлення домінуючого чи монопольного становища суб'єкта господарювання на ньому, ідентифікації ознак колективного домінування, а також питань інституційного регулювання цих процесів.

Література.

1. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затверджена розпорядженням Антимонопольного комітету України від 05.03.2002р. №49-р. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02>
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 р. №2210-III (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>

3. EC: ECJ in Case C-62/86 AKZO v. Commission [1991] ECR I-3359, [1993] 5 CMLR 215; США: Antitrust Section: American Bar Association review. 1996. P. 263 - 265.
4. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). §18. Abs. 1. // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.gesetze-im-internet.de/.../BJNR252110998.html>
5. Bundesgesetz gegen Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz 2005 – KartG 2005) (zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGB1. I. Nr. 2/2008). §4.
6. Декрет № 86-1309 от 29.12.1986 г. «Об условиях применения Приказа № 86-1243 от 01.12.1986 г. «О свободе ценообразования и конкуренции» // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=1577>
7. Типовой Закон о конкуренции. ЮНКТАД. Женева. 2000. С. 8.
8. Судове рішення у справі «United Brands» // Case 27/76 [1978] ECR 207, [1978] 1 CMLR 429
9. Закон України «Про захист економічної конкуренції». Коментар на основі порівняльного аналізу з правилами конкуренції Європейського Союзу. Європейська Комісія. Видавництво «Альфа-Прайм», 2006. С. 171 (442с.)
10. Господарський Кодекс України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

References.

1. Metodyka vyznachennya monopol'noho (dominuyuchoho) stanovyshcha sub'yektiv hospodaryuvannya na rynku, zatverdzhena rozporядzhennyam Antymonopol'noho komitetu Ukrayiny vid 05.03.2002r. #49-r. // [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0317-02>
2. Zakon Ukrayiny «Pro zakhyst ekonomichnoyi konkurentsiyi» vid 11 sichnya 2001 r. #2210-III (zi zminamy ta dopovnennyamy) // [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
3. ES: ECJ in Case C-62/86 AKZO v. Commission [1991] ECR I-3359, [1993] 5 CMLR 215; SShA: Antitrust Section: American Bar Association review. 1996. P. 263 - 265.
4. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). §18. Abs. 1. // [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <https://www.gesetze-im-internet.de/.../BJNR252110998.html>
5. Bundesgesetz gegen Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz 2005 – KartG 2005) (zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGB1. I. Nr. 2/2008). §4.
6. Dekret # 86-1309 от 29.12.1986 г. «Об условиях применения Приказа # 86-1243 от 01.12.1986 г. «О свободе ценообразования и конкуренции» // [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=1577>
7. Typovoy Zakon o konkurentsiyi. YuNKTAD. Zheneva. 2000. S. 8.
8. Sudove rishennya u spravi «United Brands» // Case 27/76 [1978] ECR 207, [1978] 1 CMLR 429
9. Zakon Ukrayiny «Pro zakhyst ekonomichnoyi konkurentsiyi». Komentar na osnovi porivnyal'noho analizu z pravylamy konkurentsiyi Yevropeys'koho Soyuzu. Yevropeys'ka Komisiya. Vydavnytstvo «Al'fa–Praym», 2006. S. 171 (442s.)
10. Hospodars'kyy Kodeks Ukrayiny // [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

G.M. Fyliuk, Doctor of Economics,
professor, Honored Economist of Ukraine,
Head of the Department of Business Economics,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
V.V. Kolosha, PhD, lecturer
Taras Shevchenko National University of Kyiv

DOMINANCE OF THE ENTERPRISE AT THE MARKET: ECONOMIC AND LEGAL APPROACHES

The paper examines a problem of defining main criteria of company's domination on the market. The problems of company's dominating position detection in Ukrainian economy are exposed and the difference between approaches used in the countries with developed competition relationships and in Ukraine is shown. Dominating and monopoly positions are compared. Authors give their recommendations towards development of antitrust legislation principles in Ukraine. Such point of view will be interesting to the experts in the area of competition law.

Key words. *Market, competition, dominating position, monopoly position, indicators of dominating position, indicators of monopoly position, competition policy, antitrust regulation, market concentration, merger control, competition law, market barriers.*

Филюк Г.М., д.э.н., профессор,
Заслуженный экономист Украины,
Заведующий кафедрой экономики предприятия,
КНУ имени Тараса Шевченко
Колоша В.В., к.э.н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ДОМИНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ПОДХОДЫ

В статье затронута проблема определения основных критериев доминирования предприятия на рынке. Раскрыты проблемы выявления доминирующего положения компании в украинской экономике и показана разница между подходами в странах со сложившимися конкурентными отношениями и в Украине. Подано сравнения доминирующего положения и монопольного. Раскрыто содержание понятия и приведен перечень признаков доминирующего положения компании на рынке. Авторами сформулированы предложения по усовершенствованию норм антимонопольного законодательства в Украине. Такой взгляд будет интересным для специалистов в области конкурентного права.

Ключевые слова. *Рынок, конкуренция, доминирующее положение, монопольное положение, признаки доминирующего положения, признаки монопольного положения, конкурентная политика, антимонопольное регулирование, экономическая концентрация, государственный контроль за экономической концентрацией, конкурентное законодательство, рыночные барьеры.*