

## ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

**ГРУДНИЦЬКИЙ В. М.,**  
кандидат юридичних наук,  
старший викладач  
кафедри менеджменту і маркетингу  
(Донецький національний  
технічний університет)

УДК 346.5(477)

**ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ЗЛОВЖИВАННЯ  
МОНОПОЛЬНИМ (ДОМІНУЮЧИМ) СТАНОВИЩЕМ**

У статті розглянуті та охарактеризовані види зловживання монополюючим (домінуючим) становищем суб'єктом господарювання на ринку. Проведені розмежування між загальними і приватними заборонами. Запропоновані на основі зроблених висновків зміни до чинного законодавства України.

**Ключові слова:** монопольне або домінуюче становище, зловживання монополюючим або домінуючим становищем, суб'єкт господарювання, антимонополюючо-конкурентне законодавство, товарний ринок.

В статье рассмотрены и охарактеризованы виды злоупотребления монополюющим (доминирующим) положением субъектом хозяйствования на рынке. Проведено разграничение между общими и частными запретами. Предложены на основе сделанных выводов изменения в действующее законодательство Украины.

**Ключевые слова:** монопольное или доминирующее положение, злоупотребление монополюющим или доминирующим положением, субъект хозяйствования, антимонополюючо-конкурентное законодательство, товарный рынок.

The article examines and describes types of monopoly (dominant) abuse by economic player on market. The article provides a distinction between general and specific prohibitions. Basing on conclusions which have been made, it proposes changes to current legislation of Ukraine.

**Key words:** monopoly or dominant position, monopoly or dominant abuse, economic player, antimonopoly legislation, commodity market.

**Вступ.** Формування конкурентного середовища є однією із умов становлення України як держави із розвинутою ринковою економікою. Цей шлях є досить складним та тривалим. Розвиток ринкових відносин супроводжується різними негативними явищами, поміж яких можна виокремити зловживання ринковою владою, що призводить до порушення балансу інтересів учасників господарських відносин. Свідченням важливості даної проблеми є практика різних країн світу відносно розроблення і впровадження механізмів попередження та припинення правопорушень у сфері антимонополюючо-конкурентного регулювання, наприклад, антитрестівське законодавство США нараховує понад сто років. Здатність України враховувати зарубіжний досвід та впроваджувати власні інститути із урахуванням національних особливостей відносно захисту економічної конкуренції є запорукою ефективності проведення проголошених реформ.



Дослідженням проблеми зловживання монополієм (домінуючим) становищем займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці: С. Валітов, С. Мельник, Н. Саніахметова, І. Князева, Т. Султонова та інші. Разом із тим характеристика видів зловживання монополієм (домінуючим) становищем суб'єкта господарювання на ринку потребує подальшого вивчення.

**Постановка завдання.** Метою наукової статті є дослідження основних видів зловживання монополієм (домінуючим) становищем та внесення пропозицій щодо розширення сфери застосування цих видів.

**Результати дослідження.** У законодавстві України закріплено перелік видів зловживання монополієм (домінуючим) становищем, зокрема у статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції». Але слід зазначити, що серед науковців немає єдності відносно трактування її змісту.

Так, у ч. 1 статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» закріплено, що зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку є дії чи бездіяльність суб'єкта господарювання, який займає монополієне (домінуюче) становище на ринку, що призвели або можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, або ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів, які були б неможливими за умов існування значної конкуренції на ринку [1].

На думку Н. Саніахметової, С. Мельник, дана норма дає визначення поняття «зловживання монополієм (домінуючим) становищем на ринку». Вони вважають, що перший вид зловживання монополієм або домінуючим становищем закріплений у п. 1 ч. 2 ст. 13 Закону «Про захист економічної конкуренції» [2, с. 3–4]. Тобто, частину 1 ст. 13 не можна застосувати щодо кваліфікації дій монополіста, а, відповідно, і притягнути його до відповідальності за ці дії.

На думку ж С. Валітова, на практиці ситуація виглядає по-іншому. Розпочинаючи розглядати справу за ознаками зловживання монополієм або домінуючим становищем, антимонополієні органи, в першу чергу, визначаються з тим, чи підпадають дії монополіста хоча б під одне із положень частини другої статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції». Якщо не підпадають, то ч. 2 ст. 13 залишається без уваги, і потрібно виконати всебічний збір і аналіз доказів відповідно до частини першої статті 13 [3, с. 76].

Частиною 2 ст. 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» наведений конкретний перелік видів зловживання монополієм або домінуючим становищем.

Відповідно, як до української, так і зарубіжної практики одним із самих поширених видів зловживання домінуючим становищем на ринку є зловживання цінового характеру.

Так, згідно з річним звітом Антимонопольного комітету України у структурі порушень у вигляді зловживання монополієм або домінуючим становищем зловживання цінового характеру у 2014 році становили 32% [4].

Згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції» видами цінових зловживань є:

- встановлення таких цін чи інших умов придбання або реалізації товару, які неможливо було б встановити за умов існування значної конкуренції на ринку (п. 1 ч. 2 ст. 13);
- застосування різних цін чи різних інших умов до рівнозначних угод із суб'єктами господарювання, продавцями чи покупцями без об'єктивно виправданих на те причин (п. 2 ч. 2 ст. 13).

В юридичній літературі монополієна ціна визначається, як ціна, що встановлюється на рівні вище або нижче суспільної вартості або рівноважної ціни товару (роботи, послуги) з метою отримання монополієних прибутків [5, с. 117].

Саме в залежності від ступеня розриву між «ідеальною» конкурентною ціною і фактичною ціною можна робити висновок про встановлення монополієних цін.

Монополієна ціна виявляється шляхом повного, всебічного і об'єктивного аналізу різних маніпуляцій із цінами суб'єктів господарювання, які займають домінуюче становище на ринку. При цьому тут потрібно враховувати, що факти, які формально свідчать про наявність ознак монополієної ціни, можуть бути наслідком кон'юнктури ринку, а не зловживанням мо-



нополюним становищем на ринку з боку суб'єкта господарювання при встановленні вільних цін. Тому, як зазначає К. Тот'єв, наявність ознак монопольної ціни не виключає, а передбачає проведення глибокого економічного аналізу з залученням експертів, без чого виявити такі монополістичні дії досить важко [6].

Пунктом 2 частини 2 ст. 13 забороняється застосування дискримінаційних цін або інших умов до рівнозначних угод із суб'єктами господарювання. Цінову дискримінацію можна визначити, як диференціацію без об'єктивно виправданих на те причин.

Дискримінація відбувається тоді, коли домінуючий суб'єкт господарювання встановлює різні ціни або різні умови для різних контрагентів, з якими у нього є рівнозначні угоди [3, с. 81]. Наприклад, автотранспортні підприємства із вивозу побутових відходів, які займають у містах монопольне становище і здійснюють однакові послуги житлово-комунальним підприємствам, житловим кооперативам, населенню в приватному секторі і організаціям, не можуть встановлювати їм різні тарифи за свої послуги.

Дискримінація суб'єктів господарювання цінами або іншими умовами укладення угоди може бути визнана законною, якщо її виправдовують об'єктивні причини. Виробники, зазвичай, встановлюють для оптових покупців кращі ціни і умови, аніж для роздрібних покупців. У цьому випадку диференціація є об'єктивно виправданою.

Таким чином, при монопольному ціноутворенні виділяють такі його різновиди:

1) монопольно висока ціна.

Тільки адміністративні органи, які займаються проблемами конкуренції, можуть визначити, чи відповідають ціни встановленим вимогам (зазвичай, ціни на роздрібні товари порівнюють з їх собівартістю). Якщо така процедура не можлива, то встановлюються «розумні» ціни шляхом аналізу цін на товари на інших товарних ринках або у конкурентів;

2) монопольно низька ціна.

У разі встановлення дуже низької ціни з'являється можливість значно збільшити попит на свою продукцію в результаті переорієнтації споживчого попиту і зміни споживчих уподобань. Втративши значну частину своїх споживачів, інші виробники будуть залишати ринок, що призведе до домінування одного суб'єкта господарювання на ринку і, як наслідок, у подальшому до підвищення цін на товари через відсутність конкуренції;

3) дискримінаційна ціна.

Дискримінація виникає, коли суб'єкт господарювання вводить різні умови для покупців, що знаходяться в однаковому становищі. Важливо також відзначити, що дискримінація виникає і в тому випадку, коли рівнозначні угоди укладаються на нерівноцінних умовах. Відповідно, дискримінація не виникає у разі існування різних умов для різних груп споживачів. Але якщо за відсутності економічного обґрунтування різним групам споживачів пропонуються товари на однакових умовах, то подібна ситуація також має дискримінаційний характер [7, с. 232].

Пункт 3 частини 2 ст. 13 містить заборону щодо укладання угод шляхом прийняття суб'єктом господарювання додаткових зобов'язань, які за своєю природою або згідно з торговими та іншими чесними звичаями у підприємницькій діяльності не стосуються предмета договору.

В якості прикладу можна привести включення в договір купівлі-продажу таких додаткових умов, як надання на платній основі послуг по гарантійному обслуговуванню придбаних речей, яке уже було закладено у вартість товару виробником. Згода підписати договір лише за умови внесення до нього умов, що стосуються товарів, в яких контрагент не зацікавлений (продаж комп'ютерної техніки тільки разом із програмним забезпеченням).

Правило заборони нав'язування додаткових умов договору, які не стосуються предмета угоди, поширюється також на домінуючі фірми-покупці, які погоджуються придбати товар лише за умови, що постачальник продасть їм інший товар [3, с. 85].

Слід звернути увагу на те, що умови договору, запропоновані домінуючим суб'єктом господарювання, можуть мати інтерес для його контрагента, але бути не вигідними для нього. Наприклад, монополіст погоджується заключити з молочним комбінатом договір купів-



лі-продажу обладнання з розливу молока тільки за умови, якщо останній придбає у нього додатково до обладнання упаковку для молока. Молочному комбінату вона потрібна, тобто, він зацікавлений в придбанні упаковок для молока, але його не влаштовує їх ціна, запропонована монополістом, яка в декілька разів вища за ціну упаковок на ринку. У даному випадку мова може йти про зловживання монополістом своїм становищем у вигляді нав'язування невігідних умов договору своєму контрагенту.

Але якщо молочному комбінату не потрібні упаковки для молока, наприклад, у зв'язку з тим, що у нього є власна лінія з виробництва упаковок, то згода монополіста підписати договір лише за умови придбання молочним комбінатом упаковок для молока буде розглядатися, як зловживання своїм монопольним становищем у вигляді внесення в договір умов, в яких його контрагент не зацікавлений [8, с. 54].

Інший вид зловживання монопольним (домінуючим) становищем наведений у пункті 4 частини 2 статті 13. Він має своєю метою завдати шкоди іншим суб'єктам господарювання або споживачам і полягає в обмеженні виробництва, ринків або технічного розвитку. Під «обмеженням» необхідно розуміти зменшення обсягів поточної діяльності або відмова розвивати виробництво домінуючим суб'єктом господарювання [3, с. 86–87].

Обмеження обсягів випуску продукції в кількісному і якісному вираженні вважається зловживанням за умови, якщо значна частина пропозицій на ринку конкретного товару залишається незадовільною [3, с. 87].

Як варіант обмеження виробництва, ринків можна розглядати ситуацію: вилучення товарів із обігу з метою створення і підтримки дефіциту.

Під вилученням товару з обігу, метою і результатом якого є створення чи підтримання дефіциту на ринку або підвищення цін, в юридичній літературі розуміють дію суб'єкта господарювання щодо обмеження збуту виробленої ним продукції, а також вилучення з ринку (зі сфери обігу) аналогічних товарів, що виробляються (поставляються на той же ринок) конкурентами, спрямоване на отримання певної вигоди зі свого домінуючого становища [9, с. 47].

Основна мета, яку в даному випадку може переслідувати домінуючий суб'єкт господарювання, полягає в отриманні додаткової вигоди внаслідок обмеження збуту виробленої їм продукції та одночасного підвищення цін на неї. Але додатковий прибуток у даному випадку домінуючий суб'єкт господарювання може отримати тільки за наявності достатнього попиту на вироблену ним продукцію або аналогічну продукцію, вироблену його конкурентами.

Слід зазначити, що не всяке вилучення товару з обігу, результатом якого є його дефіцит або підвищення ціни на нього, слід пов'язувати зі зловживанням домінуючим становищем, оскільки таке обмеження збуту виробленої продукції може бути викликане об'єктивними причинами, не пов'язаними з метою суб'єкта господарювання створити дефіцит продукції та підвищити ціну на неї. Наприклад, вилучення з обігу продукції свинини м'ясоконсервного комбінату може бути викликане оголошенням з боку держави карантину на м'ясо свині у зв'язку зі спалахом свинячого грипу. Або вилучення з обігу м'ясних консервів того ж м'ясоконсервного комбінату може бути наслідком виявлення порушень технологічних процесів виробництва зазначеної продукції. Навряд чи таке вилучення товарів із обігу можна назвати зловживанням домінуючим становищем [8, с. 73–74].

Пункт 5 частини 2 статті 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» закріпив такий вид зловживання монопольним (домінуючим) становищем, як часткова або повна відмова від придбання або реалізації товару за відсутності альтернативних джерел реалізації чи придбання.

Слід зазначити, що поряд з антимонопольно-конкурентним законодавством зобов'язання укласти договір передбачене також нормами цивільного законодавства, зокрема, мова може йти про ст. 633 Цивільного кодексу України, яка визначає особливості укладення публічного договору.

Спеціальними нормативно-правовими актами України безпосередньо вказано на пряму заборону відмови в укладенні договору. Так, згідно з ч. 2 ст. 24 Закону «Про електроенергетику» енергопостачальники, що здійснюють постачання електричної енергії на закрі-



плений території, не мають права відмовити споживачу, розташованому на цій території, в укладенні договору на постачання електричної енергії.

У разі наявності технічної можливості теплопостачальні організації, що здійснюють постачання теплової енергії на закріпленій території, не мають права відмовити споживачу, який розташований на цій території, в укладенні договору (ч. 4 ст. 25 Закону України «Про теплопостачання»).

Слід підкреслити, що не всяку відмову можна розглядати, як зловживання монопольним (домінуючим) становищем. Протиправною поведінкою буде саме необґрунтована відмова від придбання або реалізації товару за відсутності альтернативних джерел реалізації чи придбання. Дану норму можна було б доповнити положенням щодо наявності можливості у суб'єкта господарювання виробництва і поставки товару.

Необґрунтованою в даному випадку в юридичній літературі вважається відмова суб'єкта господарювання, що займає домінуюче становище на ринку, від укладення договору з покупцями, якщо не доведена неможливість виробництва або постачання певного товару без шкоди для даного суб'єкта господарювання [9, с. 56].

Певну складність представляє доказування того, що відмова від укладення договору є саме свідченням зловживання домінуючим становищем на товарному ринку, а не звичайною ринковою поведінкою домінуючого суб'єкта господарювання. Так, у сучасних умовах відмова суб'єкта господарювання, що займає домінуюче становище на ринку, від угоди з окремим покупцем, може бути викликана неможливістю виробництва продукції у зв'язку з відсутністю необхідної сировини та інших факторів виробництва, або у зв'язку з тим, що весь обсяг продукції вже передбачається реалізувати за раніше укладеними договорами.

Пунктом 6 частини 2 статті 13 Закону «Про захист економічної конкуренції» встановлено заборону на дії домінуючого суб'єкта господарювання, які призводять до суттєвого обмеження конкурентоспроможності інших суб'єктів господарювання на ринку без об'єктивно виправданих на те причин.

Конкурентоспроможність – це складне, багатогранне явище, яке охоплює всю діяльність підприємства на ринку. Вона відображає структуру підприємства, характеристику виробничих потужностей, рівень цін, кількість продукції персоналу, розробку і впровадження нових технологій, фінансові результати діяльності. Зловживання монопольним (домінуючим) становищем може негативно вплинути як на одну із цих складових, так і на декілька. При цьому потрібно враховувати, що конкурентоспроможність повинна суттєво обмежуватися. Ознаками такого обмеження може бути зменшення оборотів компанії, зменшення прибутків, втрата частини ринку і клієнтів, закриття виробничих потужностей [3, с. 87].

Прикладом таких зловживань може бути застосування хижацьких цін, тобто встановлення настільки занижених цін, що конкуренти не здатні їх підтримувати. Мета такої поведінки полягає в тому, щоб послабити конкурентів і, врешті-решт, витіснити їх із ринку.

Пункт 7 частини 2 статті 13 Закону «Про захист економічної конкуренції» закріплює такий вид зловживання монопольним або домінуючим становищем, як створення перешкод доступу на ринок (виходу з ринку) чи усунення з ринку продавців, покупців, інших суб'єктів господарювання. Дана норма містить два окремих правила поведінки домінуючого суб'єкта господарювання на ринку. Перша частина положення покликана захистити потенційних конкурентів, оскільки ринки завжди повинні бути відкритими для нових учасників. Особливе значення це має для тих ринків, на яких реальна конкуренція ослаблена внаслідок наявності домінуючого суб'єкта господарювання.

В юридичній літературі під перешкодами доступу на ринок або виходу з ринку іншим суб'єктам господарювання мають на увазі будь-які фактори правового, організаційного, економічного, технологічного та фінансового характеру, які не дають можливості новим фірмам ввійти на ринок за досить короткий період часу і на рівних умовах конкурувати з уже діючими на ньому суб'єктами господарювання.

Друге правило стосується захисту реальної конкуренції, яка існує між присутніми на ринку конкурентами. Наприклад, аеропорт, окрім власних послуг, здійснює авіаперевезення.





При укладенні договорів з іншими авіакомпаніями, які, по суті, були його конкурентами, аеропорт окремим пунктом передбачав заборону на рейси в найбільш вигідних для нього напрямках. Дані дії можна кваліфікувати, як зловживання монополієм становищем у вигляді усунення з ринку інших суб'єктів господарювання [3, с. 88].

Закон не передбачає, від яких видів дій і методів повинні утриматися домінуючі фірми, щоб не створювати перешкод доступу на ринок (виходу з ринку).

Потрібно враховувати те, що сам факт домінуючого становища, згідно із антимонопольно-конкурентним законодавством України, не є правопорушенням. Правопорушенням буде зловживання монополієм або домінуючим становищем на ринку. Завдання встановлення, виявлення і доказування фактів зловживання покладено на органи Антимонопольного комітету України.

**Висновки.** На основі вищевикладеного можна зробити такі висновки.

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» встановлено загальні і приватні заборони щодо зловживання монополієм становищем. Як свідчить практика, однією із проблем правозастосовної діяльності може бути неправильне використання загальних заборон у антимонопольно-конкурентному законодавстві. Зокрема, частина 1 статті 13 вказаного закону розглядається як закріплення визначення поняття «зловживання монополієм (домінуючим) становищем», і характеристика видів зловживання розпочинається із частини 2 статті 13 Закону «Про захист економічної конкуренції». Але діяльність органів Антимонопольного комітету України свідчить про те, що, в першу чергу, проводиться кваліфікація дій по частині 2 статті 13, якщо дії не підпадають під цю частину статті, то проводиться всебічний збір і аналіз доказів відповідно до частини першої статті 13. Таким чином, частина 2 ст. 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції» містить невичерпний перелік видів зловживання монополієм становищем, а частина 1 цієї статті дає загальну заборону дій (бездіяльності) монополіста, які можуть бути визнані зловживанням монополієм становищем у процесі конкуренції або порушення прав споживачів.

Умови договору, запропоновані домінуючим суб'єктом господарювання, можуть мати інтерес для його контрагента, але бути невідповідними для нього, тому потрібно розширити види зловживання монополієм або домінуючим становищем шляхом включення таких протиправних дій, як нав'язування суб'єкту господарювання умов договору, невідповідних для нього.

#### Список використаних джерел:

1. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 січня 2001 р. № 2210-14 // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – Ст. 64.
2. Санахметова Н.А. Зловживання монополієм (домінуючим) становищем суб'єкта господарювання на ринку : поняття та види / Н.А. Санахметова, С.Б. Мельник // Підприємництво, господарство і право. – 2003. – № 1. – С. 3–5.
3. Валитов С.С. Правове регулювання конкуренції в Україні : монографія / С.С. Валитов. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2009. – 307 с.
4. Річний звіт Антимонопольного комітету України (за 2014 р.). – [Електронний ресурс] // Антимонопольний комітет України : офіційний веб-портал. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=110270&schema=main>.
5. Парашук С.А. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции и монополии) / С.А. Парашук. – М. : Городец-издат. – 2002. – 416 с.
6. Тотьев К.Ю. Уголовная ответственность за монополистическую деятельность / К.Ю. Тотьев // Хозяйство и право. – 1998. – № 5, 6. – С. 17–22.
7. Князева И.В. Антимонопольная политика в России / В.И. Князева. – 5-е изд., перераб. – М. : Омега-Л, 2011. – 505 с.
8. Султонова Т.И. Злоупотребление хозяйствующими субъектами доминирующим положением на рынке в Республике Таджикистан : вопросы теории и законодательства : дис. ... кандидата юрид. наук : 12.00.03 / Т.И. Султонова. – Душанбе, 2007. – 154 с.
9. Конкурентное право Российской Федерации : [учеб. пособие для вузов] / под ред. Н.И. Клейн, Н.Е. Фонаревой. – М. : Логос, 1999. – 715 с.

