

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИІНСТИТУЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ РОЗВИТКУ
КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН У ВНУТРІШНІЙ ТОРГІВЛІ
INSTITUTIONAL PROJECT DEVELOPMENT
OF COMPETITION RELATIONS IN INTERNAL TRADE

У статті розглянуто комплексний підхід щодо ефективної політики інституційного проектування розвитку конкурентних відносин у внутрішній торгівлі, метою якого є вдосконалення системи регулювання відносин за допомогою відповідних інструментів у розрізі основних груп інституційних суб'єктів, а саме, бізнесу, громадськості та держави в особі органів державної влади, за допомогою наведеної інституційної матриці, що унаочнює зони відповідальності та співпраці різних суб'єктів інституційного проектування та передбачає інституційне коригування множини структурних та поведінкових детермінант розвитку конкурентних відносин, охоплюючи такі інструменти, як балансування інтересів малих та великих суспільних груп, концентрація та узгоджені дії суб'єктів господарювання, а також їх контроль з боку держави, подолання бар'єрів для потенційної конкуренції, їх зниження суб'єктами державної влади, розвиток ринкової інфраструктури, контроль публичних закупівель та державної допомоги, стимулювання розвитку альтернативних технологій/каналів товароруку, запровадження інституту медіації.

Ключові слова: конкуренція, конкурентні відносини, внутрішня торгівля, інституційне проектування.

В статье рассмотрен комплексный подход касательно эффективной политики инсти-

туционального проектирования развития конкурентных отношений во внутренней торговле, целью которого является совершенствование системы регулирования отношений с помощью соответствующих инструментов в разрезе основных групп институциональных субъектов, а именно, бизнеса, общественности и государства в лице органов государственной власти, с помощью приведенной институциональной матрицы, которая делает наглядными зоны ответственности и сотрудничества разных субъектов институционального проектирования и предусматривает институциональную корректировку множественности структурных и поведенческих детерминант развития конкурентных отношений, охватывая такие инструменты, как балансирование интересов малых и больших общественных групп, концентрация и согласованные действия субъектов хозяйствования, а также их контроль со стороны государства, преодоление барьеров для потенциальной конкуренции, их снижение субъектами государственной власти, развитие рыночной инфраструктуры, контроль публичных закупок и государственной помощи, стимулирование развития альтернативных технологий/каналов товародвижения, внедрение института медиации.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентные отношения, внутренняя торговля, институциональное проектирование.

УДК 339.13

Афендікова С.В.

аспірант
Київський національний
торговельно-економічний університет

Afendikova Svitlana

Kyiv National University of Trade
and Economy

The article considers the complex approach from the view of effective policy of institutional designing of the development of competitive relations in domestic trade. The investigation is starting with deep analysis of institutional project development definition, as a dynamic process of influence to the positive changes in social rules and institutions, as a components of economy. Institutional changes determine how society will develop in time that shows the basis for understanding of historical changes of economy. The purpose is to improve the regulation system with the help of appropriate instruments in the context of the main groups of institutional spheres: business, society and state authorities. The institutional matrix has been built, basically, with reference to these three components. The project of matrix, proposed in the article, determines the areas of responsibility and cooperation of various spheres of institutional planning and includes institutes and determinants of the complex competition development. The logic of the matrix is constructed as follows: at the entrance of process we have certain competitive environment; efficiency is determined by a number of determinants, which are grouped in two types – structural and behavioral. At the exit we have the same determinants, but already corrected – those that provide greater efficiency for the competition existing. Based on these three spheres we analyzing each cell of the matrix and making conclusions with proposition of proper institutional tools and actions could be realized for each of spheres to improve competition environment in national economy. The matrix covers the number of instruments that lead to improvement of competition environment: balancing the interests of small and large social groups, the concentration and agreed actions of business units and their control by the state, overcoming barriers for potential competition, as well as their decrease in the government level, development of market infrastructure, control of public procurement, development of alternative technologies and channels, organization the institutes of mediation.

Key words: competition, competitive relations, internal trade, institutional design.

Постановка проблеми. В сучасних умовах економічного розвитку України існує проблема відсутності належного державного регулювання конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі, що проявляється у наявності антиконкурентних узгоджених дій, реалізованих шляхами територіальних обмежень продажу товарів та надання

послуг, паралельного імпорту, запровадження непрозорих механізмів надання знижок, які приводять до необґрунтованого підвищення цін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем захисту конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі присвячені праці таких вчених, як А. Герасименко, Л. Дідків-

ська, О. Костусєв, В. Лагутін, І. Лазєбна, А. Мазаракі, Н. Малахова, Н. Михальчишин, Г. П'ятницька, Ю. Уманців, Г. Филюк, В. Чиркова.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд комплексного підходу щодо ефективної політики інституційного проектування розвитку конкурентних відносин у внутрішній торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах економічного розвитку України існує нагальна потреба забезпечення системного регулювання сфери внутрішньої торгівлі. Виведення сфери внутрішньої торгівлі на шлях динамічного розвитку пов'язане з вектором структурних трансформацій відповідно до вимог суспільного розвитку, для забезпечення ефективності якого доцільно скористатися інструментарієм інституційного проектування як базису процесу розвитку конкуренції. При цьому принципово важливим є розгляд інституційного середовища через призму положень загальної теорії систем, згідно з якими під структурою системи слід розуміти не лише елементи системи, але й взаємозв'язки між ними, що є нагально необхідним базисом розвитку цивілізованої торгівлі споживчими товарами в країні. Як відомо, розвиток торговельної сфери, відкриття сучасних підприємств, створення нових робочих місць та формування сприятливих умов до залучення інвестицій створюють фундамент для динамічного розвитку національної економіки.

Пропонуємо розібратися в понятті інституційного проектування. Інституційне проектування є відомим напрямом сучасної економічної теорії, проекти системи інститутів мають характерні особливості та пов'язані з об'єктом проектування, що вимагає формулювання загальних принципів та систематизації різних підходів.

Інституційне проектування є одним зі складних видів проектування, тому що використовує безліч різних підходів, має суттєві елементи якісного характеру, що відображають стан інститутів за змістом. Зміст правила та його зміни мають бути враховані для того, щоби проект був реалістичним та працездатним. Інституційне проектування є динамічним процесом закріплення якісних змін щодо соціальних правил та норм взаємодії учасників економічної системи задля визначення допустимих меж поведінки та з урахуванням наявних даних. Інституційні зміни визначають те, як саме буде розвиватися суспільство в часі, та складають основу для розуміння історичних змін. Оптимізація наявного інституційного середовища, котре спроможне адаптувати чинні інститути до наявних в економічній системі умов, сприятиме забезпеченню економічного зростання у довгостроковій перспективі. Дж. Коммонс, досліджуючи колективні інституції, виділив три кити інституційної структури суспільства, а саме підприємства, громадськість, державу. Процес регулювання роз-

витку конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі передбачає взаємодію трьох зазначених вище інституцій, де визначна роль належить суб'єктам господарювання (підприємствам) та державі, представленій політичними партіями, що тісно взаємопов'язані.

В основу інституційного проектування розвитку конкуренції у сфері внутрішньої торгівлі пропонуємо покласти три кити інституційної структури суспільства за Дж. Коммонсом, такі як бізнес, держава, громадськість, на основі яких розробляємо матрицю (табл. 1).

Матрицю слід читати зліва, де маємо на вході в процес проектування певне конкурентне середовище, ефективність визначається запропонованими детермінантами розвитку конкурентних відносин, які згруповані за двома типами, а саме структурними та поведінковими.

До структурних детермінант відносимо бар'єри для потенційної конкуренції, горизонтальну структуру ринку, вертикальну структуру ринку.

До поведінкових детермінант відносимо диференціацію та інновацію, інформаційні ефекти взаємодії, спосіб контрактації, соціальний капітал.

На виході (праворуч) маємо ті самі детермінанти, але вже відкориговані, тобто такі, що забезпечують більшу ефективність конкурентних відносин.

Відштовхуючись від трьох китів інституційної структури суспільства за Дж. Коммонсом, проаналізуємо кожний квадрант матриці, тобто дії відповідного інституційного суб'єкта щодо підвищення ефективності конкурентного середовища.

Пропонуємо розпочати дослідження згідно з логікою матриці, а саме з аналізу інструментів інституційного проектування розвитку конкуренції з точки зору бізнесу та громадськості.

Задля систематизації напрямів удосконалення інституційного регулювання конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі з точки зору бізнесу та громадськості важливим завданням є визначення наявних інституційних бар'єрів, які свідчать про недостатню ефективність інституційної структури галузі, а саме зловживання монополієм, домінуючим становищем; антиконкурентні узгоджені дії; обмежувальна та дискримінаційна діяльність, зокрема неправомірне використання ринкового становища, дискримінація конкурентів; створення концентрації ринку без отримання відповідного дозволу від АМКУ, а також подання неповної чи недостовірної інформації задля укриття наявності концентрації; недобросовісна конкуренція (неправомірне використання позначень, товару, копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника, порівняльна реклама, дискредитація суб'єкта господарювання, схилення до бойкоту, схилення постачальника до дискримінації покупця, досягнення неправомірних переваг у конкуренції,

Таблиця 1

Матриця інституційного проектування розвитку конкурентних відносин

Матриця інституційного проектування розвитку конкурентних відносин		Інструменти інституційного проектування розвитку конкуренції				Детермінанти		Вікідне інституційне середовище конкуренції
Тип детермінант	Детермінанти	Інструменти інституційного проектування розвитку конкуренції				Детермінанти		Вікідне інституційне середовище конкуренції
		Подолання бар'єрів для потенційної конкуренції	Зниження адміністративних бар'єрів	Підтримка розвитку малого бізнесу	Розвиток ринкової інфраструктури	Бар'єри для потенційної конкуренції	Горизонтальна структура ринку	Вертикальна структура галузі
Структурні	Бар'єри для потенційної конкуренції	Зниження адміністративних бар'єрів				Бар'єри для потенційної конкуренції		Вікідне інституційне середовище конкуренції
	Горизонтальна структура ринку	Концентрація та узгоджені дії для балансу позицій				Горизонтальна структура ринку		
	Вертикальна структура галузі	Концентрація та узгоджені дії				Вертикальна структура галузі		
	Диференціація та інновації	Стимулювання розвитку альтернативних технологій/каналів товару	Галузеві виставки, інформаційні кампанії, просування інноваційних альтернатив	Освітні кампанії	Диференціація та інновації			
Поведінкові	Інформаційні ефекти взаємодії	Створення дієвої системи сигналів у галузі				Інформаційні ефекти взаємодії		Вікідне інституційне середовище конкуренції
	Спосіб контролю акцій	Запровадження інституту медіації				Спосіб контролю акцій		
	Соціальний капітал	Балансування інтересів малих суспільних груп				Соціальний капітал		
	Бізнес	Бізнес				Бізнес		
		Інституційні суб'єкти				Громадськість		Держава
		Бізнес				Громадськість		Держава

неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної інформації).

Серед найпоширеніших економічних причин, що загрожують обмеженням або іноді навіть зникненням конкуренції на ринку, слід назвати поведінку суб'єктів ринку, що обмежує конкуренцію; наявність ринкових структур, які створюють бар'єри для існування конкуренції на ринковому просторі (монополія, високий рівень концентрації ринку, зловживання домінуючим становищем тощо), що впливає з вертикальної структури галузі.

На відміну від горизонтальної конкуренції, яка розгортається між виробниками товарів-замінників та може поширюватися на реалізацію комплементарних благ, вертикальна конкуренція відбувається між суб'єктами різних етапів технологічного ланцюга чи вертикалі товароруку й передбачає боротьбу вже не стільки за споживача, скільки за вигідніші умови реалізації/закупівлі товарів, зрештою, за контроль над більшою часткою галузевого прибутку [3].

Зростаюча концентрація ринків торговельних послуг вимагає дослідження взаємовідносин підприємців через призму передумов формування переговорної сили між суб'єктами підприємницької діяльності.

Об'єктивним чинником наявності переговорної сили є ринковий показник частки компанії на ринку. Ведення переговорів з контрагентом-монополістом здебільшого приведе до поразки та встановлення невігідних умов домовленості під тиском переговорної сили. Ефективно протидіяти відповідному монополісту зможе лише не менш потужний монополіст.

Українське законодавство не має ефективних регуляторів вертикальної конкуренції. Так, аналіз текстів Закону України «Про захист економічної конкуренції», Господарського кодексу України, Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку та інших нормативних актів у сфері захисту та розвитку конкуренції свідчить про відсутність в них не тільки категорії «вертикальна конкуренція», але й потенціалу її існування. Конкурентами тут визнаються тільки ті компанії, які є учасниками релевантного ринку, реалізуючи однакову або схожу продукцію спільній групі споживачів. Саме це обмеження не дає змогу АМКУ ефективно протидіяти зловживанням переговорною силою на національному ринку, що свідчить про необхідність законодавчих змін, які знищать наявні обмеження на захист вертикальної конкуренції загалом і в торговельній галузі зокрема [3].

До інституційних обмежень розвитку конкурентних відносин у внутрішній торгівлі можна віднести низький рівень довіри підприємців до органів державної влади загалом та конкурент-

ного відомства зокрема. Учасники ринків торговельно-посередницьких послуг сприймають негативно регулюючі органи державної влади, що, як наслідок, унеможлиблює встановлення конструктивного діалогу між підприємствами та органами державної влади. Однією з основних задач держави є змінення уявлення суб'єктів господарювання про роль держави у сфері регулювання конкурентних відносин, зокрема АМКУ.

Таким чином, рішеннями, які стимулюватимуть розвиток конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі, є такі дії, спрямовані на подолання бар'єрів розвитку потенційної конкуренції:

1) концентрація та узгоджені дії суб'єктів господарювання для балансування позицій домінуючого ядра та конкурентної периферії на рівні горизонтальної структури ринку;

2) концентрація та узгоджені дії суб'єктів господарювання для урівноваження переговорної сили на верхньо- та нижньо-суміжних ланках галузі;

3) стимулювання розвитку альтернативних технологій/каналів товароруку через формування ефективних інститутів у вигляді асоціацій та профільних об'єднань, взаємодія дрібних учасників ринку, тобто об'єднаних у спілки виробників, оптовиків, торговців, в окремому сегменті задля обмеження негативних ефектів концентрації та диверсифікації руху різними каналами;

4) підвищення прозорості ринкових трансакцій через удосконалення форм звітності;

5) зміна способу контракції через перегляд умов діючих контрактів задля захисту суб'єктів бізнесу;

6) створення єдиного правового поля для захисту діяльності суб'єктів сфери внутрішньої торгівлі задля мінімізації підприємницьких ризиків;

7) подолання інституційного вакууму через створення довіри між органами державної влади та бізнесом, дієвої системи сигналів у галузі;

8) запровадження інституту медіації, що допоможе вирішити спори без судового розгляду через залучення посередника, тобто медіатора, який допоможе проаналізувати конфліктну ситуацію так, щоби зацікавлені сторони самостійно змогли вибрати варіант рішення, який задовольняв би інтереси та потреби всіх учасників конфлікту; така практика, запроваджена в країнах ЄС, на відміну від формального судового процесу, дає змогу сторонам під час медіації доходити згоди самостійно, що скорочує час і задіяні ресурси задля вирішення конфлікту;

9) балансування інтересів малих суспільних груп.

Одним зі шляхів вирішення поставлених завдань є створення профільних груп та асоціацій задля об'єднання зусиль заради становлення та розвитку сприятливого інституційного середовища.

Прикладом такої асоціації в Україні є Асоціація Ритейлерів України, у яку входять 60 українських та міжнародних брендів. Місією Асоціації є об'єднання зусиль компаній роздрібної торгівлі під час становлення та розвитку цивілізованого ринку ритейлу України.

Як було зазначено вище, однією з важливих інституцій щодо впливу на формування інституційної структури внутрішньої торгівлі є громадськість.

В Україні нині досить слабка позиція громадськості щодо питання розвитку конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі, яка має виражатися у захисті прав споживачів, забезпеченні контролю за якістю товарів та послуг через лобювання прийняття рішень виконавчого характеру, просвітницькій роботі.

Щодо громадськості, то кроками, які стимулюватимуть розвиток конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі, є участь у прийнятті рішень, спрямованих на подолання бар'єрів для потенційної конкуренції; участь у прийнятті рішень, спрямованих на контроль за концентрацією, узгодженими діями, а також рішеннями органів державної влади щодо управління підприємствами державної форми власності; організація галузевих виставок, інформаційних кампаній, ілюстрація та просування множини інноваційних альтернатив товарів/технологій/способів конкуренції; участь у створенні інституту медіації; участь у створенні системи сигналів галузі; проведення освітніх компаній; балансування інтересів великих та малих суспільних груп.

Нині Україна вибрала європейський вектор руху, тісно співпрацюючи з Європейським Союзом. Однією з найважливіших умов подальшої співпраці є лібералізація торгівлі, досягти якої можна шляхом усунення впливу адміністративних обмежень, які значною мірою впливають на рівень тіньової економіки в національному господарстві. Науковці доводять, що ступінь розвитку конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі залежить від привабливості інституційного середовища та ефективності застосування нормативно-правових норм, які регулюють відносини учасників фінансово-господарської діяльності або обмежують їх взаємодію.

За функціональним призначенням адміністративні бар'єри мають захистити споживачів від неякісної продукції, знизити можливості опортуністичної поведінки підприємців, забезпечити ефективну конкуренцію, але на практиці бачимо перевищення оптимальних меж адміністрування органами державної влади, що нівелює позитивний ефект та приводить до зниження рівня конкурентоспроможності ринкового середовища, провокує підприємців до подолання бар'єрів неринковими методами.

Як було зазначено, сфера внутрішньої торгівлі є однією зі швидко зростаючих галузей з вели-

ким потенціалом соціально-економічного розвитку, проте аналіз сучасних тенденцій свідчить про високий рівень концентрації «неефективних інститутів», що створюють так звані інституційні пастки, які поглиблюють дисбаланс сил внаслідок змін у конкурентному середовищі.

Прикладами найбільш небезпечних «інституційних пасток», що приводять до перекосів в економіці внутрішньої торгівлі, є бартерні операції та практика відсутності платежів. Інституційними передумовами для виникнення обох явищ є темпи інфляції та втрата платоспроможності суб'єктами внутрішньої торгівлі, що приводить до перекосів у рамках трансакційних витрат і бартеру.

Практика відсутності платежів між постачальниками та споживачами виникла внаслідок завищеної вартості кредитних ресурсів, корупції та рейдерства. При цьому суб'єкти торговельних відносин продовжують використовувати неоплачені ресурси, порушуючи платіжну дисципліну та фінансові цикли обох сторін угоди.

Продовжуючи дослідження, окремо виділяємо існування економічних, адміністративних та правових обмежень.

До правових обмежень належать бюрократичні процедури оформлення дозвільної документації, ліцензій, патентів, що спонукає до підвищення трансакційних витрат підприємців, а також створює штучний попит на посередників, які надають свої послуги щодо вирішення адміністративних питань з оформлення документації. Ці додаткові витрати підприємця змушений закладати у вартість кінцевого продукту, порушуючи право споживача на справедливую ціну.

До адміністративних обмежень належать ті, що виникли внаслідок дії органів влади, місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління, такі як заборона або перешкода створенню нових підприємств; встановлення обмежень на здійснення окремих видів діяльності або виробництва без вагомих причин; штучне обмеження придбання певних видів товарів, не заборонених законодавством України; пряме або опосередковане примушення суб'єктів господарювання до вступу в асоціації, концерни, міжгалузеві чи інші форми об'єднань або здійснення узгоджених дій концентрації суб'єктів господарювання в інших формах; пряме або опосередковане примушення суб'єктів господарювання до пріоритетного укладення договорів, першочергової поставки товарів певному колу споживачів чи першочергового їх придбання у певних продавців; дії, спрямовані на централізований розподіл товарів, а також розподіл ринків між суб'єктами господарювання за територіальним принципом, асортиментом товарів, обсягом їх реалізації чи закупки або за колом продавців чи покупців; встановлення заборони на реалізацію певних товарів з одного

з регіонів країни в інший або надання дозволу на реалізацію товарів з одного регіону в інший в певному обсязі чи за виконання певних умов; надання окремим суб'єктам господарювання пільг чи інших переваг, які ставлять їх у більш вигідне становище відносно конкурентів, що приводить до перекошу конкурентного середовища; створення перешкод окремим суб'єктам господарювання, що ставить їх у невідносно вигідне становище порівняно з конкурентами, а також приводить до спотворення конкуренції [3].

Слід пам'ятати, що головною метою підприємців у процесі здійснення фінансово-господарських операцій є максимізація власної вигоди, наслідком чого є оптимізація й продуктивність використання ресурсів фірми, сприяння розвитку підприємства та його перехід на новий рівень масштабу, а метою органів державної влади у сфері регулювання конкурентних відносин є забезпечення розвитку конкурентного середовища заради подальшого економічного зростання економічної системи в національному масштабі. Отже, має місце спільний вектор розвитку, в якому роль держави має проявлятися у регулюванні взаємовідносин учасників ринку, а також сприянні усвідомленню суб'єктами цієї ролі.

Серед форм регулювання внутрішньої торгівлі традиційно виділяють правові та економічні. Правові форми пов'язані зі встановленням норм права та їх застосуванням, здійсненням юридично значущих дій. Норми права мають вписуватись у загальну правову систему та бути адекватними наявному економічному середовищу й суспільному рівню розвитку. Економічні форми регулювання внутрішньої торгівлі виражені визначенням порядку провадження торговельної діяльності, контролем за дотриманням норм і правил, встановлених законодавством, стимулюванням розвитку торговельної діяльності, наданням підтримки вітчизняним виробникам у виробництві та реалізації продукції, розробленням цільових та національних програм розвитку внутрішньої торгівлі, забезпеченням ефективної взаємодії органів виконавчої влади й місцевого самоврядування у сфері торгівлі, спрямованої на її розвиток.

Вдосконалення інструментів державного регулювання й проектування внутрішньої торгівлі є пріоритетним напрямом економічного зростання, що дасть можливість створити сприятливі умови ведення бізнесу у цій сфері.

З огляду на досвід європейських країн необхідно розробити проект Кодексу взаємодії між виробниками та суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі, основною метою якого буде створення соціально орієнтованої економіки, що є фундаментом підвищення рівня життя населення. Створення сприятливого інституційного середовища у сфері внутрішньої торгівлі стимулюватиме розвиток малого та середнього бізнесу, вплива-

тиме на ширину представленого асортименту та якість товарів, підвищення рівня задоволення потреб населення, стимулюватиме підприємців відкривати нові формати, надавати споживачам якісні послуги за доступними цінами. Таким чином, можна констатувати необхідність розвитку та державного захисту конкуренції у внутрішній торгівлі, яка б забезпечила економічний прогрес та підвищення рівня добробуту населення.

Стратегічно важливим кроком до вирішення завдань державного регулювання конкурентних відносин у внутрішній торгівлі є правові методи регулювання, які передбачають контроль за дотриманням обов'язкових норм і правил, прийнятої нормативно-правової бази, яка є базисом антимонопольного регулювання й вирішує питання антимонопольного регулювання. Йдеться насамперед про дотримання прав власності, забезпечення єдиних правил ефективної взаємодії для всіх суб'єктів господарювання, прозорість дій державних регуляторів та оптимальне поєднання лібералізації та контролю з боку держави.

Таким чином, рішеннями, які стимулюватимуть розвиток конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі щодо державного регулювання, є дії, спрямовані на зниження адміністративних бар'єрів; контроль за концентрацією, узгодженими діями, а також рішеннями органів державної влади щодо управління підприємствами державної форми власності; нормативно-правове забезпечення інноваційної діяльності; стандартизація та сертифікація продукції; контроль публічних закупівель; підтримка розвитку малого бізнесу; контроль державної допомоги; формування прозорого нормативно-правового поля; стимулювання розвитку ринкової інфраструктури; фінансування фундаментальних наукових досліджень; забезпечення публічності державної політики; підвищення ефективності правозастосування; балансування інтересів великих суспільних груп.

Висновки з проведеного дослідження. Відштовхуючись від трьох китів інституційної структури суспільства за Дж. Коммонсом (підприємства, громадськість, держава), бачимо, що процес регулювання розвитку конкурентних відносин у сфері внутрішньої торгівлі передбачає взаємодію трьох зазначених вище інституцій, де визначну роль відіграють суб'єкти господарювання (підприємства) та держава, представлена політичними партіями, що тісно взаємопов'язані.

Щодо бізнесу необхідно брати до уваги здатність ринку до саморегулювання, коли його інституційна структура ефективна. Описані вище інституційні обмеження свідчать про недостатню ефективність інституційної структури галузі від структури власності, яка визначає ринкову владу окремих суб'єктів ринку, даючи їм змогу нав'язувати контрагентам невідносно вигідні умови трансакцій. Наявність

ринкової влади впливає з вертикальної структури галузі. Отже, одним зі шляхів вирішення проблеми коригування каналу товароруку є диверсифікація каналів продажу товарів як спосіб протидії негативним ефектам концентрації в торгівлі. У межах окремих каналів товароруку слід стимулювати розвиток конкуренції через зняття бар'єрів, з одного боку, та їх урівноваження, з іншого боку. Останнє задля обмеження негативних ефектів концентрації слід робити шляхом формування ефективних інститутів взаємодії дрібних учасників ринку, тобто формування асоціацій виробників, оптовиків, торговців в окремому сегменті.

Завданням громадськості є забезпечення ефективного контролю на всіх етапах інституційного моделювання для уникнення ситуацій перенесення негативних ефектів з проміжних ринків на ринки кінцевої продукції у вигляді завищених цін, а також щодо якості товарів. Основними завданнями є формування й функціонування асоціацій захисту прав споживачів, їх дія на національному рівні у вигляді лобіювання інтересів споживачів під час прийняття законодавчих актів на виконавчому рівні.

Говорячи про роль держави у моделюванні розвитку конкуренції, можемо відзначити, що в торгівлі існує нагальна потреба визнання змісту вертикальної конкуренції, а також запровадження правил функціонування галузі, здатних подолати виявлені обмеження. На прикладі інших країн доведено ефективність такого моделювання й законодавчих змін, що закріпили недопустимість відповідних практик зловживання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. Київ : видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.
2. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11 серпня 2013 р. № 2210-14 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 26.04.2019).
3. Лагутін В., Уманців Ю., Герасименко А. та ін. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституційна трансформація : монографія. Київ, 2015. 432 с.
4. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015 / Президент України. *Офіційний вісник Президента України*. 2015. № 1. С. 35.
5. Про комерціалізацію державної торгівлі і громадського харчування : Указ Президента України від 31 січня 1992 р. № 70/1992. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/70/92> (дата звернення: 22.04.2019).
6. Про приватизацію невеликих державних підприємств : Закон України від 6 березня 1992 р. № 2171. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2171-12/ed20060114> (дата звернення: 22.04.2019).

7. Про державне регулювання відносин в сфері торгівлі : Указ Президента України від 11 липня 1995 р. № 603. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/603/95> (дата звернення: 26.04.2019).

8. Про Міністерство економіки України : Указ Президента України від 23 жовтня 2000 р. № 1159/2000. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1159/2000> (дата звернення: 21.04.2019).

9. Питання Міністерства економічного розвитку і торгівлі : Постанова Кабінету Міністрів України від 20 серпня 2014 р. № 459 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-%D0%BF> (дата звернення: 26.04.2019).

10. Валитов С., Грудницький В. Проблемы правового обеспечения конкуренции на рынке ритейла. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Юридические науки»*. 2012. Т. 25 (64). № 2. С. 129–135.

11. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 22.04.2019).

12. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг : Закон України від 6 липня 1995 р. № 265/95-ВР. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 27.04.2019).

13. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування споживачів на ринку товарів : Постанова Кабінету Міністрів України від 15 червня 2000 р. № 833. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF> (дата звернення: 22.04.2019).

14. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України : Постанова Кабінету Міністрів від 20 січня 1997 р. № 1449. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF> (дата звернення: 22.04.2019).

15. Веб-сайт Асоціації Ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/aboutus> (дата звернення: 21.04.2019).

REFERENCES:

1. Schumpeter Y. (2011) *The theory of economic development. Profit, capital, loan, interest rate and economic cycle research*. Kyiv : Publishing House "Kyiv-Mohyla Academy" (in Ukrainian).
2. On protection of economic competition : the Law of Ukraine of August 11, 2013 № 2210-14 / The Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (accessed: 26 April 2019).
3. Lagutin V. (2015) *Internal Market and Trade of Ukraine: Structural-Institutional Transformation : Monograph* / V. Lagutin, Yu. Umantsev, A. Gerasimenko and others. Kyiv.
4. About the Strategy of Sustainable Development "Ukraine-2020" (2015) Decree of the President of Ukraine dated January 12, 2015 № 5/2015 / The President of Ukraine. Official Bulletin of the President of Ukraine, no. 1.
5. On commercialization of state trade and catering: Decree of the President of Ukraine dated January 31, 1992, No. 70/1992. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/70/92> (accessed: 22 April 2019).

6. On privatization of small state-owned enterprises : Law of Ukraine dated March 6, 1992. No. 2171. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2171-12/ed20060114> (accessed: 22 April 2019).

7. On state regulation of relations in the sphere of trade: Decree of the President of Ukraine dated July 11, 1995 № 603. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/603/95> (accessed: 26 April 2019).

8. About the Ministry of Economy of Ukraine: Decree of the President of Ukraine dated October 23, 2000. No. 1159/2000. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1159/2000> (accessed: 21 April 2019).

9. Issues of the Ministry of Economic Development and Trade: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated August 20, 2014. No. 459. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-%D0%BF> (accessed: 26 April 2019).

10. Valitov S., Grudnitsky V. (2012). *Problems of legal provision of competition in the retail market. Scientists note the Taurian National University. Vernandsky Series "Legal Sciences"*. Vol. 25 (64). No. 2. P. 135.

11. On Protection of Consumer Rights: Law of

Ukraine dated May 12, 1991. No. 1023-XII. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (accessed: 22 April 2019).

12. On the application of registrars of settlement transactions in the field of trade, catering and services: Law of Ukraine dated July 6, 1995. No. 265/95-VR. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80> (accessed: 27 April 2019).

13. On Approval of the Procedure for Conducting Trade Activity and the Rules of Consumer Trade Services on the Goods Market: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated June 15, 2000. No. 833. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF> (accessed: 22 April 2019).

14. On the Concept of Development of Internal Trade of Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers dated January 20, 1997. No. 1449. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF> (accessed: 22 April 2019).

15. Website of the Association of Retailers of Ukraine. Available at: <https://rau.ua/aboutus> (accessed: 21 April 2019).