



ПІДПРИЄМНИЦТВО



Шановні колеги, студенти, випускники КНТЕУ!

Прийміть мої найщиріші вітання з нашим спільним святом – сімдесятим днем народження Київського національного торговельно-економічного університету. 70 років – для людини – це поважний вік, а для університету – це вік зрілості й розквіту. І від нас з вами багато в чому залежить, наскільки повним і тривалим буде цей розквіт. Тож бажаю усім наснаги і успіхів у професійному вихованні молодого покоління, формуванні та розвитку вітчизняної економічної думки, будівництві ефективної української економіки як основи суспільного добробуту, а також – особистого щастя, миру і злагоди вашим родинам, а нашому університету – світового визнання та нових успіхів на освітянській ниві.

З повагою, Анжеліка Герасименко

УДК 658.821

ГЕРАСИМЕНКО Анжеліка,

д. е. н., доцент кафедри економічної теорії
та конкурентної політики КНТЕУ

ВЕРТИКАЛЬНА КОНКУРЕНЦІЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТОРГІВЛІ

Проаналізовано стан вертикальної конкуренції у вітчизняній торгівлі. Доведено її недостатню ефективність, обумовлену як структурними передумовами домінування підприємств роздрібною торгівлі над дисперсною множиною їх постачальників, так і інституційними, – пов'язаними із закріпленням не вигідних умов постачання товарів у двосторонніх контрактах. Указано на відсутність належних регламентів вертикальної конкуренції у вітчизняному законодавстві та запропоновано реформування останнього з урахуванням світового досвіду регулювання відносин економічної залежності.

Ключові слова: торгівля, вертикальна конкуренція, переговорна сила, постачальники, мережевий ритейл, державне регулювання вертикальної конкуренції.

Герасименко А. Вертикальная конкуренция в отечественной торговле. Проанализирована вертикальная конкуренция в отечественной торговле, доказана ее недостаточная эффективность, обусловленная как структурными предпосылками доминирования предприятий розничной торговли над дисперсным множеством их поставщиков, так и институциональными, – связанными с закре-

© Герасименко А., 2016

80

ISSN 1727-9313. ВІСНИК КНТЕУ. 2016. № 4

плением невыгодных условий поставки товаров в двусторонних контрактах. Указано на отсутствие должных регламентов вертикальной конкуренции в отечественном законодательстве и предложено реформирование последнего с учетом мирового опыта регулирования отношений экономической зависимости.

Ключевые слова: торгівля, вертикальна конкуренція, переговорна сила, поставщики, мережовий ритейл, державне регулювання вертикальної конкуренції.

Постановка проблеми. Торгівля є однією з найбільш чисельних галузей господарювання, зважаючи на характерний для неї, порівняно невеликий ефект масштабу. Тільки за даними Державної служби статистики України, що обліковує діяльність юридичних осіб, кількість активних торговельних підприємств становить понад 16 % від усієї кількості активних підприємств України [1]. Якщо сюди ще додати торговельну діяльність фізичних осіб – підприємців, яких у торгівлі концентрується майже 60 %, а їх внесок у роздрібний товарооборот становить майже 50 %¹, то можна стверджувати, що структурні передумови конкуренції у вітчизняній торгівлі є надзвичайно сприятливими.

Аналогічного висновку можна дійти й аналізуючи дані щодо частки конкурентних ринків у вітчизняній торгівлі. Наразі вона майже на третину перевищує відповідний показник для усієї національної економіки, тоді як частка монополізованих ринків тут є в 2.5 раза нижчою (рис. 1).

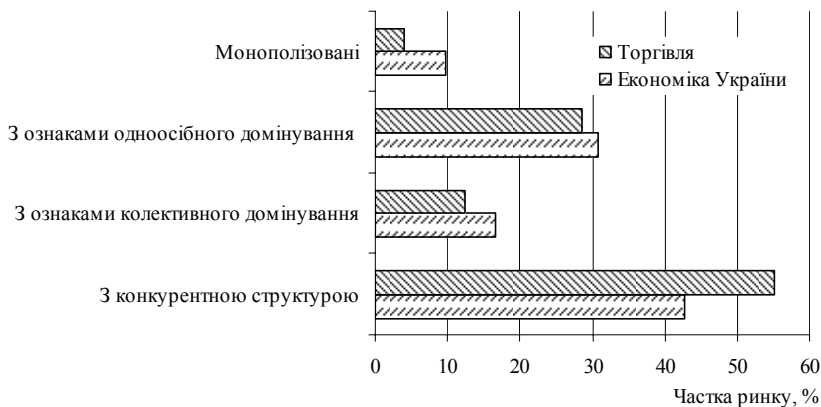


Рис. 1. Структурні передумови конкуренції у вітчизняній торгівлі, 2014 р.

Джерело: побудовано автором за [2].

Динамічний аналіз структурних передумов конкуренції в українській торгівлі дає менш оптимістичні результати, ілюструючи їх поступове погіршення, зростання рівня ринкової концентрації та послаблення інтенсивності конкурентної боротьби між окремими торговцями (рис. 2, 3). Можна, звичайно, стверджувати, що ці дані є обмеженими й не

¹Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [1].

враховують величезну кількість дрібних торгівців, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи. Проте сподіватися на їх спроможність інтенсифікувати конкуренцію на ринках торговельних послуг не варто. Ці фірми зазвичай формують конкурентну периферію та фактично не беруть участі в конкурентній боротьбі, повторюючи цінову, товарну, збутову політику своїх потужніших конкурентів.

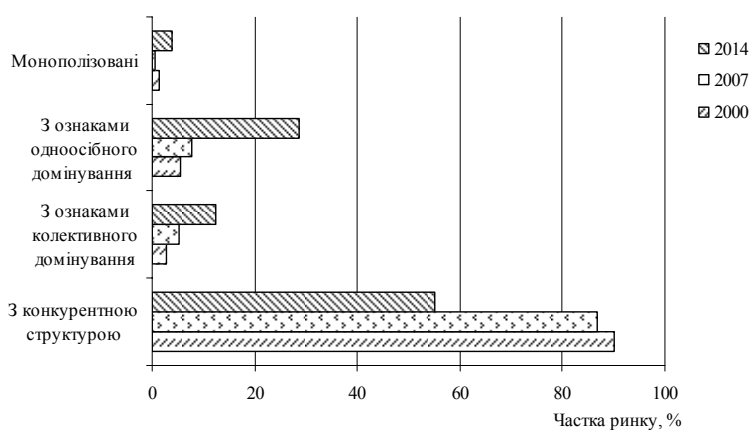


Рис. 2. Зміна структурних передумов конкуренції у вітчизняній торгівлі

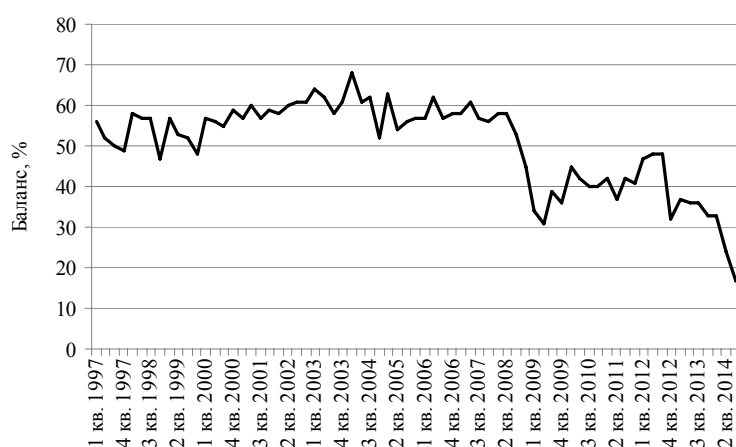


Рис. 3. Інтенсивність конкуренції у вітчизняній торгівлі, 1997–2014 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [1; 3, с. 13; 4, с. 9; 5, с. 70; 6].

Водночас досягнутий вітчизняною торгівлею рівень ринкової концентрації все ж є набагато нижчим, ніж аналогічні показники для переважної кількості розвинених країн світу. Так, у Німеччині десять найбільших ритейлерів контролюють майже 85 % ринку роздрібної

торгівлі продовольством. А п'ять його лідерів (*Aldi, Metro, Rewe, Tengelmann, Edeka*) – 65 % [7, с. 18]. Аналогічна ситуація спостерігається у Данії (два найбільших роздрібних торговця – *Ahold* і *Taurus* – контролюють майже 60 % ринку продовольчого ритейлу), Великій Британії (*Tesco/Sainsbury, Wal-Mart/ASDA, Sainsbury* і *Somerfield* разом контролюють до 70 % ринку) та Франції (сумарна частка *Carrefour, Auchan, Intermarche, Teclerc, Casino* на ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами становить 85 %) [8, с. 95].

Відкритим при цьому залишається питання – чому при порівняно низькій ринковій концентрації вітчизняна торгівля постійно стає майданчиком для антимонопольних спорів? Постачальники продовольства та інших товарів споживчого призначення заявляють численні скарги на примус з боку ритейлерів до прийняття ними не вигідних умов реалізації товарів – надто тривалих відстрочок платежу, плати за вхід у мережу, полицю, нав'язування додаткових інформаційних послуг тощо, визначаючи їх першоосновою ринкову владу ритейлерів. У 2015 р. 20 найбільших вітчизняних продовольчих ритейлерів – ТОВ "Фоззі-Фуд", ТОВ "Фора", ПрАТ "Фуршет", ДП "Мережа-Трейд", ДП "Прод-мережа", ДП "Сеть-Маркет", ДП "Терра-Трейд", ДП "Фуршет Центр", ТОВ "Ашан Україна Гіпермаркет", ТОВ "Фудмаркет", ТОВ "АТБ-маркет", ТОВ "ЕКО", ТОВ "Адвентіс", ПП "БІЛЛА-Україна", ТОВ "Край-2", ТОВ "НОВУС Україна", ПрАТ "Ікс 5 Ритейл Груп Україна", ТОВ "Спар-Центр", ТОВ "Бімаркет", ТОВ "МЕТРО Кеш енд Кері Україна" – були звинувачені Антимонопольним комітетом України у вчиненні антиконкурентних узгоджених дій [9]. Відповідь на це питання неможливо дати в межах традиційної теорії горизонтальної конкуренції. Для цього слід звернутися до теорії вертикальної конкуренції та переговорної сили.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія вертикальної конкуренції зародилася не так давно. Зазвичай її появу пов'язують із працею Дж. К. Гелбрейта "Американський капіталізм. Теорія урівноважуючої влади" [10], проте сам феномен досліджувався ще Дж. Робінсон у "Економічній теорії недосконалої конкуренції" [11]. Значну увагу проблемі вертикальної конкуренції приділяли О. Вільямсон [12], Л. Флетчер [13], Ф. Шерер і Д. Росс [14], хоча самої категорії "вертикальна конкуренція" ці вчені не використовували. Аж до кінця ХХ століття в теорії та антимонопольній практиці більшості країн панувало розуміння конкуренції як змагання за контроль над споживчим попитом між компаніями, що пропонують на ринку взаємозамінні товари. Категорія "вертикальна конкуренція" ввійшла в економічну науку завдяки М. Портеру, який в своєму ромбі конкурентних сил чітко розділив горизонтальну конкуренцію, що існує всередині релевантного ринку з урахуванням ризиків входження на ринок нових компаній та нових товарів, і вертикальну конкуренцію, що уособлюється в торгах із постачальниками та покупцями [15].

Проблемам розвитку вертикальної конкуренції в торгівлі присвячено праці зарубіжних дослідників Л. Вентуріні [16], Р. Волтона [17], Дж. Паламаунтейна мол. [18], Р. Стейнера [19], Е. Тоффлера [20] В. Радаєва [21], І. Бикадорова [22], І. Шаріпова [23] та ін. та українських, зокрема, А. Мазаракі, Л. Дідківської [24], В. Лагутіна [25], І. Гарбарука [7] тощо. Перші з наведених авторів розглядають проблему в інституційних рамках регуляторного середовища інших країн, останні – розкривають найбільш гострі проблеми перманентного конфлікту між вітчизняним ритейлом і дисперсною множиною його постачальників, тоді як комплексний аналіз стану вертикальної конкуренції у вітчизняній торгівлі наразі відсутній.

Мета статті – дослідження стану вертикальної конкуренції у вітчизняній торгівлі та визначення на цій основі засобів інституційного врівноваження позицій постачальників і роздрібних торговців для підвищення ефективності вертикальної конкуренції в галузі.

Матеріали та методи. У статті використано методи структурного та інституціонального аналізу. Зокрема, за даними Державної служби статистики України щодо структури ринкових продажів за видами економічної діяльності здійснено оцінку структурних передумов розвитку вертикальної конкуренції в українській торгівлі; за результатами контент-аналізу вітчизняного законодавства та законодавчих актів розвинених країн світу щодо регулювання вертикальної конкуренції в торгівлі, а також відносин економічної залежності, – оцінку інституційних альтернатив розвитку вертикальної конкуренції в Україні.

Результати дослідження. На відміну від горизонтальної конкуренції, що розгортається між виробниками товарів-замінників і 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, а зрештою – за контроль над більшою часткою галузевого прибутку.

Тривалий час вважалося, що, орієнтуючись на одного й того ж споживача, суб'єкти єдиної вертикалі товароруку не можуть конкурувати між собою. Р. Борк, наприклад, пише, що такі суб'єкти є не конкурентами, а партнерами [26, с. 373]. Утім обмеженість такої позиції є очевидною в економіці, що не відповідає критеріям загальної рівноваги, і впливає вона з традиції досліджень промислової організації. Р. Хеффлебовер зазначає, що "розвиваючи теорію "ціна-випуск", економісти досліджували переважно галузі переробної промисловості й розглядали їх як такі, що реалізують свою продукцію кінцевому споживачеві, або, в кращому випадку, робили припущення щодо аналітичної нейтральності прошарку торгових посередників" [27, с. 49]. Натомість зростаюча концентрація ринків торговельних послуг спрос-

товує таке припущення, вимагаючи дослідження відповідних взаємовідносин швидше в традиціях теорії переговорної сили, аніж в традиціях теорії горизонтальної конкуренції. Тобто дослідження не стільки структурних передумов конкуренції на нижньосуміжному ринку послуг роздрібною торгівлі, скільки передумов і фактичних пропорцій розподілу галузевого прибутку.

При цьому Р. Стейнер пропонує замість індикаторів ринкової частки й ринкової концентрації, що покладено в основу структурного аналізу горизонтальної конкуренції, використовувати показник частки, яку займає закупівельна ціна постачальника в роздрібній ціні товару [19, с. 257]. Аналогічної точки зору дотримується В. Анічин в статті "Регулювання вертикальної конкуренції як засіб модернізації АПК" [28, с. 29–30]. Однак застосувати такий підхід до оцінки вертикальної конкуренції у вітчизняній торгівлі неможливо. Цьому є дві причини. *По-перше*, інформація щодо закупівельних цін є закритою для незалежного дослідника. *По-друге*, ринкова влада великих мережевих ритейлерів в Україні сьогодні виявляється не стільки у заниженні закупівельних цін, скільки в нав'язуванні додаткових послуг і стягуванні плати за їх надання. Отже, слід шукати інші індикатори величини переговорної сили.

Доречно підійти до вирішення цього питання з боку дослідження передумов формування відповідної переговорної сили. Не таємниця, що ця сила, окрім суб'єктивних чинників, пов'язаних з досвідом ведення переговорів, харизмою учасників переговорного процесу тощо, також є функцією такого об'єктивного ринкового показника, як частка компанії у ринкових продажах. Ведення переговорів з контрагентом-монополістом у більшості випадків приречене на поразку, на встановлення не вигідних умов контракту під тиском його переговорної сили. Ефективно протидіяти відповідному монополісту зможе лише не менш потужний монопсоніст. Саме тому зрозуміти базове співвідношення ринкових сил між покупцями й продавцями допоможе коефіцієнт купівельної потужності (k_{bp}), що розраховується, як:

$$k_{bp} = \frac{HHI_d}{HHI_u},$$

де HHI_d та HHI_u – ступені концентрації відповідно нижньо- та верхньосуміжного ринків, розраховані за допомогою індексу Херфіндаля-Хіршмана [29, с. 146].

Якщо коефіцієнт купівельної потужності менший за одиницю, то нижньосуміжний ринок є менш концентрованим, і ринкова влада його учасників (в цьому випадку торгівців) буде недостатньою для зловживань. Значення коефіцієнта купівельної потужності більше одиниці

свідчитиме про наявність у торгівців деякого рівня ринкової влади, зазвичай достатнього для ефективної її експлуатації в системі відносин "постачальник – торгівець".

Зважаючи на те, що найбільше нарікань від постачальників викликає діяльність продовольчого мережевого ритейлу, який у своїй діяльності взаємодіє не з одним верхньосуміжним ринком, а з багатьма такими ринками (ринки оптової реалізації хліба, молока, води, борошна, м'яса тощо), купуючи на них продовольство переважно через систему прямих договорів з виробниками, розрахуємо значення коефіцієнтів його купівельної потужності, аналізуючи попарно відповідні ринки (таблиця).

Купівельна потужність продовольчого ритейлу в Україні

Ринок	Індекс Херфіндаля-Хіршмана	Коефіцієнт купівельної потужності
Послуг неспеціалізованої роздрібною торгівлі	0.3389	–
Овочів	0.2411	1.41
М'яса та м'ясних продуктів	0.5116	0.66
Соків	0.2313	1.47
Молока та молочної продукції	0.2478	1.37
Борошномельно-круп'яної продукції	0.1977	1.71
Хліба та хлібобулочних виробів	0.2705	1.25
Цукру	0.0200	16.95
Кондитерський виробів	0.2202	1.54
Безалкогольних напоїв	0.1201	2.82
Тютюнових виробів	0.4306	0.79

Джерело: розраховано автором за [5].

Як видно з таблиці, для переважної кількості суміжних ринків коефіцієнт купівельної потужності є більшим за одиницю, підтверджуючи наявність переговорної сили ритейлерів у відносинах із постачальниками продовольства. Виключення становлять ринок м'яса, незмінним лідером якого ось уже другий десяток років є ПАТ "Миронівський хлібопродукт", та ринок тютюнових виробів, де домінує четвірка потужних компаній – дочірніх підприємств транснаціональних корпорацій: ПАТ "Джей Ті Інтернешнл Україна", ПрАТ "Імперіал Тобакко Продакшн Україна", ПрАТ "Філіп Морріс Україна" та АТЗТ "Тютюнова компанія В.А.Т.-Прилуки". Хоча в останньому випадку дійсне значення коефіцієнта купівельної потужності є ще нижчим ($k_{bp} = 0.34$), оскільки єдиним оптовим торговцем цигарками в Україні є ТОВ "ТЕДІС УКРАЇНА" (до травня 2016 р. – ТОВ "Торгова компанія "Мегаполіс-Україна"). Від зазначених компаній скарг на діяльність роздрібних торгівців не надходило, тоді як виробники молочної, борошномельно-круп'яної продукції, хліба заявляють про тиск на них потужних мережевих ритейлерів з метою укладання контрактів на недостатньо вигідних для постачальників умовах.

Якщо до цього ще додати відсутність нижньосуміжного ринку для ритейлерів і факт їх взаємодії з низькодисперсною множиною кінцевих споживачів, стає зрозумілим, що саме роздрібна торгівля сьогодні в Україні виступає проблемною ланкою, так званим вузьким місцем (*bottleneck*) усієї системи просування товарів від виробника до споживача, що породжує владу ритейлерів над обома цими групами контрагентів та стимулює до її свідомої експлуатації.

Вітчизняне законодавство не містить ефективних регуляторів вертикальної конкуренції. 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 й розвитку конкуренції свідчить про відсутність в них не тільки категорії "вертикальна конкуренція", а й потенціалу її існування. Конкурентами тут визнаються тільки ті компанії, які є учасниками релевантного ринку, реалізуючи однакову або схожу продукцію спільній групі споживачів. І саме це обмеження не дає змогу Антимонопольному комітетові України ефективно протидіяти зловживанням переговорною силою з боку мережевого ритейлу чи інших учасників вертикальної конкуренції в національній економіці. Наприклад, ст. 19–20 Закону України "Про захист економічної конкуренції" забороняють суб'єктам господарювання, що мають значно більший ринковий вплив порівняно з малими або середніми підприємцями, які є їх конкурентами, дискримінацію щодо них, створення їм перешкод у господарській діяльності, встановлення щодо господарської діяльності суб'єктів господарювання обмеження, які, як правило, не застосовуються до інших суб'єктів господарювання [30, ст. 19–20]. Під це загальне визначення могли б підпадати також учасники вертикальної конкуренції, будь вони визнані конкурентами. В іншому ж разі конче необхідними є законодавчі зміни, які знімуть існуючі обмеження на захист вертикальної конкуренції в цілому і в торговельній галузі зокрема.

Цим шляхом уже пішла ціла низка розвинених країн світу. Першою серед них стала Німеччина, де в 1973 р. внесено відповідну поправку до Німецького Акта проти обмежень конкуренції. Її метою було перешкодити великим нафтовим компаніям дискримінувати маленькі залежні від них заправні станції під час нафтової кризи. Додатково впровадження нових правил мало на меті захистити інших роздрібних торговців від залежності потужних брендів [31, ст. 20].

Формально ця поправка стосувалася зворотного до досліджуваного вище на прикладі українського ритейлу механізму дискримінації контрагентів, що є логічним, зважаючи на дату її прийняття². Проте її

² Відправною точкою у справі зростання переговорної сили ритейлу вважається період 1980-х років, коли поширення набуло використання штрихкодів і касових апаратів, які дали змогу торговцям закумуляувати під своїм контролем значний масив комерційної інформації та зробити останню товаром, бажаним для постачальників [20, с. 122].

гнучке формулювання – "абзац 1 статті 20 застосовується також до тих підприємств та асоціацій підприємств, які перебувають у відносинах залежності (як домінуючий суб'єкт) із малими і середніми підприємствами – постачальниками чи покупцями певних товарів чи виробничих послуг (як залежні особи), що передбачають відсутність достатніх і прийнятних альтернатив для переорієнтації своєї господарської діяльності на співпрацю з іншими підприємствами" [31, ст. 20] – зробило німецьке конкурентне законодавство готовим до протидії зловживанням власною переговорною силою роздрібно-торговельними мережами десять років потому.

Початок державному регулюванню вертикальної конкуренції у Франції покладено з розвитком та концентрацією роздрібних торговців. У 1985 р. Комісія з конкуренції сама поставила вимогу встановити правила задля упровадження контролю за дискримінаційною поведінкою підприємств, що є обов'язковими торговельними партнерами для виробників, навіть якщо вони не займають домінуючого становища на ринку. І вже рік потому Ордонансом про свободу встановлення цін і вільну конкуренцію розширено коло випадків існування домінуючої позиції введенням так званих правил економічної залежності (*abus de dependence economique*), модифікованих послідовно в 2001–2005 рр. [32, с. 157–158]. Сьогодні їх найбільш повне відображення міститься в статтях L 420 та L 422-6 Французького торгового кодексу, що мають такий зміст.

Ст. L 420 – "...заборонена, коли це відчутно впливає на функціонування або структуру конкуренції, експлуатація компанією або групою компаній умов економічної залежності, в яких клієнтська компанія або постачальник опинились *vis-à-vis* з такою компанією. Ці зловживання можуть полягати у відмові від продажу, зв'язаних продажах або дискримінаційних практиках, зазначених у статті L 442-6" [32, с. 158].

Ст. L 422-6 – "Передбачається відповідальність та відшкодування шкоди з боку виробників, комерсантів, промисловців та інших осіб, зареєстрованих у Реєстрі ремесел, у разі скоєння таких дій:

1. Отримання чи намагання отримати від торговельного партнера будь-яку вигоду, що не відповідає жодній фактично наданій торговельній послугі або є вочевидь непропорційною з огляду на вартість наданої послуги. Зазначена вигода може полягати в участі, не обґрунтованій спільним інтересом і без пропорційного еквіваленту, у фінансуванні операції з активізації продажу, операції з придбання об'єктів чи інвестування, зокрема в рамках ремонту магазинів або наближення фірмових магазинів або центрів зразків товару чи закупівлі. Зазначена вигода може також полягати в штучному узагальненні обсягів реалізації чи у вимозі розкриття комерційних умов, отриманих іншими клієнтами.

2. Покладання чи намагання покласти на комерційного партнера зобов'язання, якими створюється значний дисбаланс у правах і обов'язках сторін.

3. Отримання чи намагання отримати вигоду як попередня умова для отримання замовлень, без надання письмового зобов'язання щодо пропорційного обсягу закупівель, а також, без надання послуги, яку замовляє постачальник, і щодо якої укладено письмову угоду" [32, с. 158].

У французькій юриспруденції напрацьована досить широка практика оцінки необґрунтованих комерційних умов чи обов'язків для партнера, яка значною мірою відображена в позитивному праві та галузевих угодах. Зокрема, це стосується регламентування термінів платежів між суб'єктами господарювання: вже починаючи з 1 січня 2009 р., строки, узгоджувані сторонами для взаємних платежів, не могли перевищувати 45 робочих днів або 60 днів після виписки рахунку. За відсутності домовленості (угоди між сторонами) термін платежів встановлювався в 30 днів з дати прийомки товару чи виконання замовленої послуги. Суб'єкти, які не дотримувались зазначених вимог, підлягали накладанню санкцій у вигляді цивільного штрафу розміром у 15 000 євро [32, с. 165–166]. З 1 березня 2013 р. у Франції, як і на всій території ЄС, набула чинності Директива № 211/7/EU, що окреслює граничний строк оплати поставленого товару в 30 днів і підвищує штрафи за прострочення [33, с.45].

Найновішим з прийнятих на реалізацію цієї Директиви національним законом можна назвати Закон Латвії "Про заборону нечесної практики в роздрібній торгівлі". Згідно з цим документом, розрахунок за продовольчі товари строком придатності до 25 днів повинен бути здійснений не пізніше 30 днів з дня їх постачання, за овочі – не пізніше 20 днів. Рітейлерам щодо постачальників також заборонено:

- нав'язувати та справляти так звану плату за полиці;
- змушувати компенсувати недоотриманий прибуток;
- змушувати покривати витрати, пов'язані з відкриттям нових та оновленням діючих магазинів;
- обмежувати право домовлятися з іншими мережами роздрібною торгівлі про вигідніші умови реалізації товарів.

Штраф за порушення відповідного закону може становити 0.2 % від обороту торговельного підприємства за останній звітний рік [33, с. 45].

Схожі положення містить закон Російської Федерації "Про основи державного регулювання торговельної діяльності в Російській Федерації" № 381-ФЗ від 28 грудня 2009 р. (зі змінами й доповненнями від 31 грудня 2014 р.). Ним, зокрема, забороняється нав'язувати контрагентам умови щодо:

- надання суб'єктом господарювання контрагенту відомостей стосовно укладених ним договорів з іншими суб'єктами господарювання;
- внесення постачальником продовольчих товарів плати за право постачання власної продукції суб'єкту господарювання, що здійснює торговельну діяльність шляхом організації торговельної мережі, в функціонуючі торговельні об'єкти або торговельні об'єкти, що відкриваються;

- внесення плати за зміну асортименту продовольчих товарів, що постачається в магазини торговельної мережі;
- повернення постачальнику непроданих товарів після завершення встановленого строку за виключенням законодавчо зазначених випадків і т. ін.

та встановлюються строки оплати товарів:

- 10 робочих днів з моменту прийняття товару суб'єктом господарювання, що здійснює торговельну діяльність, для товарів терміном придатності до 10 днів;
- 30 календарних днів – для товарів терміном придатності від 10 до 30 днів;
- 45 календарних днів – для товарів терміном придатності понад 30 днів, а також алкогольної продукції, виробленої на території Російської Федерації [34].

Ці регламенти стосуються і поширених в Україні практик організації відносин постачальників і роздрібних торговельних мереж. Їх прийняття могло б суттєво змінити інституційне середовище в торгівлі. Водночас необхідність подібного впорядкування відносин між постачальниками продовольчих товарів та операторами мережевої торгівлі, як і загальна потреба законодавчої регламентації торговельної діяльності в Україні, обговорюється вже майже 10 років (в 2009 р. навіть прийнято Концепцію проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю" [35]), але до прийняття відповідного закону справа так і не дійшла. За цей час в Україні змінилося три президенти, п'ять урядових команд, але потужне торговельне лобі завжди опинялося на крок попереду виробничого, зводячи нанівець усі зусилля з просування відповідного законопроекту. Зрештою, в липні 2013 р. прес-службою Міністерства економічного розвитку і торгівлі України розповсюджено заяву щодо відмови уряду від ініціації прийняття Закону України "Про внутрішню торгівлю" та прийняття рішення щодо введення законодавчих норм, що визначають правила здійснення внутрішньої торгівлі, до чинних законів [36], що може розцінюватися як чергова перемога наділених ринковою владою торговців над дисперсною множиною їх постачальників. Сьогодні позиція уряду з цього питання залишається непорушною, як і відсутність відчутних змін у регулюванні вертикальної конкуренції в торгівлі. А існуючі регламенти горизонтальної конкуренції не спроможні їх замінити.

Про це свідчить і досвід Антимонопольного комітету України, рішення якого по картельній справі на ринку роздрібною торгівлі продовольчими товарами в м. Києві досі не виконано, хоча й було винесено понад рік тому. Є навіть окремі судові рішення щодо відміни накладених ним штрафних санкцій на компанії "Ашан Україна" та ТОВ "АТБ-маркет" [37]. Судова тяганина триває, доводячи неефективність існуючої системи регуляторів. Адже в умовах чинного регуля-

торного середовища Антимонопольний комітет України був змушений доводити змову між ритейлерами, що є найскладнішим у доведенні порушення правил добросовісної конкуренції. В умовах же існування правил економічної залежності йому б не довелося цього робити, а ефективність захисту конкуренції на ринку була б значно вищою.

Висновки. В Україні існує потреба інституційного реформування системи державного регулювання конкурентних відносин у частині регулювання вертикальної конкуренції, зокрема, з використанням наведеного світового досвіду. *По-перше*, це допоможе знизити інтенсивність протидії вітчизняного ритейлу прийняттю таких регламентів і знайти в інших галузях вітчизняної економіки достатню підтримку відповідної реформи з боку підприємницьких кіл. *По-друге*, сформує передумови для захисту й розвитку ефективної конкуренції не тільки в традиційних межах ринку, а й на галузевому рівні. *По-третє*, створить автоматичний механізм підтримки та захисту вертикальної конкуренції в сучасній динамічній економіці, де швидкість інституційних змін є настільки великою, що ефективність будь-якої дії *ex-ante* в разі перевищує її ефективність при запровадженні в режимі *ex-post*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main>.
3. Конкуренція в Україні : аналітична доповідь щодо стану, тенденцій і проблем розвитку економічної конкуренції в Україні у 2000–2005 роках / Антимонопольний комітет України ; Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики ; ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України". — К., 2006. — 37 с.
4. Тенденції розвитку конкурентних відносин в економіці України у 2007 році : звіт про науково-дослідну роботу / А. В. Щербак, М. В. Пугачова, В. В. Пугачов [та ін.] // Антимонопольний комітет України ; Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. — К., 2008. — 91 с. — Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0108U009039.
5. Герасименко А. Г. Тенденції змін стану конкурентного середовища в економіці України у 2014 році : звіт про науково-дослідну роботу / А. Г. Герасименко, В. В. Венгер, Т. Ю. Іващенко // Антимонопольний комітет України ; Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. — К., 2015. — 270 с. — Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0115U002192.
6. Обстеження ділової активності : архів / Науково-технічний комплекс статистичних досліджень [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ntkstat.com.ua/arh.html>.
7. Гарбарук И. Розничная торговля как драйвер экономического роста страны / И. Гарбарук // Мир продуктов. — 2015. — № 1 (110). — С. 16–19.

8. Мірошник М. В. Маркетингові дослідження розвитку продуктивних роздрібних мереж в Україні / М. В. Мірошник, О. М. Кітченко, С. О. Васильцова // Технологический аудит и резервы производства. — 2015. — № 1/5 (21). — С. 94–98.
9. Про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та накладення штрафу : Витяг з рішення Антимонопольного комітету України № 182-р від 29 квіт. 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/113529>.
10. Galbraith J. K. American capitalism. The concept of countervailing power / J. K. Galbraith. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1952. — 208 p.
11. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. — М. : Прогресс, 1986. — 471 с.
12. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, "отношенческая" контракция / О. И. Уильямсон. — СПб. : Лениздат, 1996. — 703 с.
13. Fletcher L. B. Concept and importance of bargaining power / L. B. Fletcher // Bargaining power in agriculture. — Ames : Center for Agricultural and Economic Adjustment ; Iowa State University, 1961. — P. 1–8.
14. Шерер Ф. Структура отраслевых рынков / Ф. Шерер, Д. Росс. — М. : Инфра-М, 1997. — 698 с.
15. Porter Michael E. The Five Competitive Forces that Shape Strategy // Harvard Business Review. — 2008. — January. — Vol. 86. — № 1. — P. 78–93.
16. Venturini L. Vertical competition between manufacturers and retailers and upstream incentives to innovate and differentiate / L. Venturini // Papers of the 98 th EAAE Seminar 'Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives'. — 29 June – 2 July, 2006 [Electronic resource]. — Way of access : <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/10050/1/sp06be09.pdf>.
17. Walton R. PRM and the big brands: discounting in small-town America / S. R. Walton // Antitrust Law and Economics, 1983. — Vol. 15. — № 2. — P. 11–16.
18. Palamountain J. Jr. The politics of distribution / J. Jr. Palamountain // Cambridge : Harvard University Press, 1955. — 270 p.
19. Steiner R. L. Vertical competition, horizontal competition, and market power / R.L. Steiner // Antitrust Bulletin, 2008. — Vol. 53. — Is. 2. — P. 251–270.
20. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI века / Э. Тоффлер ; пер. с англ., науч. ред., предисл. П. С. Гуревича. — М. : АСТ, 2002. — 670 с.
21. Радаев В. В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России / В. В. Радаев. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 383 с.
22. Быкадоров И. А. Товарное разнообразие в вертикальном распределительном канале при монополистической конкуренции / И. А. Быкадоров, С. Г. Коковин, Е. В. Желободько // Математическая теория игр и ее приложения. — 2010. — Т. 2. — № 2. — С. 3–41.
23. Шарипов И. Степень горизонтальной и вертикальной конкуренции между молочными кооперативами, молокоперерабатывающими предприятиями и розничными торговцами на рынках молока в Японии / И. Шарипов // Экономика сельского хозяйства. — 2008. — № 3. — С. 740–758.
24. Звіт про науково-дослідну роботу за темою "Розробка методології дослідження ринків роздрібної реалізації продовольчих товарів та суміжних з

- ними ринків" / А. А. Мазаракі, Л. І. Дідківська, А. Г. Герасименко [та ін.] ; Антимонопольний комітет України ; Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. — К., 2011. — 269 с. — Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0111U004658.
25. *Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституційональна трансформація* : монографія / В. Д. Лагутін, Ю. М. Уманців, А. Г. Герасименко [та ін.] ; за ред. В. Д. Лагутіна. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 432 с.
26. *Bork R.* The rule of reason and the per se concept: price fixing and market division / R. Bork // *Yale Law Journal*. — 1966. — Vol. 7. — P. 373–404.
27. *Hefflebower R. B.* Internal trade / R. B. Hefflebower // *International encyclopedia of the social science*. — 1968. — P. 49.
28. *Аничин В. Л.* Регулирование вертикальной конкуренции как способ модернизации АПК / В. Л. Аничин // *Проблемы экономики*. — 2013. — № 1. — С. 28–33.
29. *Конкурентна політика держави в умовах трансформації національної економіки* : монографія / за ред. В. Д. Лагутіна. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 308 с.
30. Про захист економічної конкуренції : Закон України № 2210-III від 11 січ. 2001 р., зі змін. і доповн. // Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/100571>.
31. *Act Against restraints of competition* [Electronic resource]. — Way of access : http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/index.html.
32. *Теоретичні та практичні аспекти запобігання та обмеження негативних проявів ринкової влади на ринках роздрібно́ї торгівлі та суміжних з ними ринках* : звіт про науково-дослідну роботу / С. О. Черненко, О. В. Вознюк, В. В. Алічановський [та ін.] ; Антимонопольний комітет України ; Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. — К., 2010. — 321 с. — Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0110U006037.
33. *Гарбарук И.* Пора прекратить заигрывать с обществом и бизнесом / И. Гарбарук // *Бизнес*. — 2015. — 6 июля. — № 27. — С. 44–45.
34. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон № 381-ФЗ от 28.12.2009 (с изм. и доп. от 31.12.2014) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629.
35. Концепція проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю": затв. Розпорядженням Кабінету Міністрів України № 1200-р від 7 жовт. 2009 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-%D1%80>.
36. Уряд відмовився від закону про внутрішню торгівлю [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.unian.ua/society/806071-uryad-vidmovivsiya-vid-zakonu-pro-vnutrishnyu-torgivlyu.html>.
37. *Апелляционный суд отменил решение АМКУ о взыскании штрафа с "АТБ" за участие в картельном сговоре* // Интрефакс-Украина [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://interfax.com.ua/news/economic/325722.html>.

Стаття надійшла до редакції 06.06.2016.

Gerasymenko A. Vertical competition in Ukrainian trade industry.

Background. Notwithstanding the relatively low levels of trade markets' concentration, Ukrainian trade industry is a permanent field of antitrust conflicts, caused by forcing the suppliers of large retail chains to undertake the unfavorable terms of delivery contracts.

Review of scientific sources. The theory of vertical competition is not very popular now though it originates from the publications of J. Robinson and J. K. Galbraith. The problems of vertical competition in trade industry are investigated by E. Toffler, R. Steiner, V. Radaev, A. Mazaraki, G. Piatnitska.

The aim of the research is to find out the vertical competitive situation in Ukrainian trade industry and to define the ways of institutional balancing the bargaining power of suppliers and retailers to raise the efficiency of vertical competition in the industry.

Results. The high coefficients of buyer power of Ukrainian retailers, identified by the author, we should note the inequality of bargaining power breakdown between suppliers and retailers that let the latter to abuse such a power by imposing the unfavorable terms of delivery contracts on the first ones. There are no state regulators of vertical competition in Ukraine, while there is an experience of their establishing in other countries of the world.

Conclusion. There is a critical need of institutional reform of the system of state regulation of competition, especially in the part of vertical competition regulation. The author suggests implementing this reform through establishing the rules of economic dependence that would be valid for all the industries of Ukrainian economy, not only for the trade industry. It lets minimize the counteracting of retailers and raise the efficiency of competition as a market and industry regulator.

Keywords: trade, vertical competition, bargaining power, suppliers, retail chains, state regulation of vertical competition.

REFERENCES

1. *Oficijnyj veb-sajt Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrai'ny* [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. *Zvit Antymonopol'nogo komitetu Ukrai'ny za 2015 r.* [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=122547&schema=main>.
3. *Konkurencija v Ukrai'ni : analitychna dopovid' shhodo stanu, tendencij i problem rozvytku ekonomichnoi' konkurencii' v Ukrai'ni u 2000–2005 rokah / Antymonopol'nyj komitet Ukrai'ny ; Centr kompleksnyh doslidzhen' z pytan' antymonopol'noi' polityky ; DU "Instytut ekonomiky ta prognozuvannja NAN Ukrai'ny".* — K., 2006. — 37 s.
4. *Tendencii' rozvytku konkurentnyh vidnosyn v ekonomici Ukrai'ny u 2007 roci : zvit pro naukovo-doslidnu robotu / A. V. Shherbak, M. V. Pugachova, V. V. Pugachov [ta in.] // Antymonopol'nyj komitet Ukrai'ny ; Centr kompleksnyh doslidzhen' z pytan' antymonopol'noi' polityky.* — K., 2008. — 91 s. — Dep. v UkrINTEI, № derzhrejestracii' 0108U009039.
5. *Gerasymenko A. G. Tendencii' zmin stanu konkurentnogo seredovyshha v ekonomici Ukrai'ny u 2014 roci : zvit pro naukovo-doslidnu robotu / G. Gerasymenko, V. V. Venger, T. Ju. Ivashhenko // Antymonopol'nyj komitet Ukrai'ny ; Centr kompleksnyh doslidzhen' z pytan' antymonopol'noi' polityky.* — K., 2015. — 270 s. — Dep. v UkrINTEI, № derzhrejestracii' 0115U002192.
6. *Obstezhennja dilovoi' aktyvnosti : arhiv / Naukovo-tehnichnyj kompleks statystychnyh doslidzhen' [Elektronnyj resurs].* — Rezhym dostupu : <http://ntkstat.com.ua/arh.html>.
7. *Garbaruk I. Roznichnaja tovgovlja kak drajver jekonomicheskogo rosta strany / I. Garbaruk // Mir produktov.* — 2015. — № 1 (110). — S. 16–19.

8. *Miroshnyk M. V.* Marketyngovi doslidzhennja rozvytku produktovyh rozdribnyh mrezh v Ukraïni / M. V. Miroshnyk, O. M. Kitchenko, S. O. Vasylycova // *Tehnologicheskij audit i rezervy proizvodstva*. — 2015. — № 1/5 (21). — S. 94–98.
9. *Pro porushennja zakonodavstva pro zahyst ekonomichnoi konkurencii ta nakladennja shtrafu* : Vytjag z rishennja Antymonopol'nogo komitetu Ukraïny № 182-r vid 29 kvit. 2015 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/113529>.
10. *Galbraith J. K.* American capitalism. The concept of countervailing power / J. K. Galbraith. — Boston : Houghton Mifflin Company, 1952. — 208 p.
11. *Robinson Dzh.* Jekonomicheskaja teorija nesovershennoj konkurencii / Dzh. Robinson. — M. : Progress, 1986. — 471 s.
12. *Uil'jamson O. I.* Jekonomicheskie instituty kapitalizma. Firmy, rynki, "otnoshencheskaja" kontraktacija / O. I. Uil'jamson. — SPb. : Lenizdat, 1996. — 703 s.
13. *Fletcher L. B.* Concept and importance of bargaining power / L. B. Fletcher // *Bargaining power in agriculture*. — Ames : Center for Agricultural and Economic Adjustment ; Iowa State University, 1961. — P. 1–8.
14. *Sherer F.* Struktura otraslevykh rynkov / F. Sherer, D. Ross. — M. : Infra-M, 1997. — 698 s.
15. *Porter Michael E.* The Five Competitive Forces that Shape Strategy // *Harvard Business Review*. — 2008. — January. — Vol. 86. — № 1. — P. 78–93.
16. *Venturini L.* Vertical competition between manufacturers and retailers and upstream incentives to innovate and differentiate / L. Venturini // *Papers of the 98 th EAAE Seminar 'Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives'*. — 29 June – 2 July, 2006 [Electronic resource]. — Way of access : <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/10050/1/sp06be09.pdf>.
17. *Walton R.* PRM and the big brands: discounting in small-town America / S. R. Walton // *Antitrust Law and Economics*, 1983. — Vol. 15. — № 2. — P. 11–16.
18. *Palamountain J. Jr.* The politics of distribution / J. Jr. Palamountain // Cambridge : Harvard University Press, 1955. — 270 p.
19. *Steiner R. L.* Vertical competition, horizontal competition, and market power / R.L. Steiner // *Antitrust Bulletin*, 2008. — Vol. 53. — Is. 2. — P. 251–270.
20. *Toffler Je.* Metamorfozy vlasti: Znanie, bogatstvo i sila na poroge XXI veka / Je. Toffler ; per. s angl., nauch. red., predisl. P. S. Gurevicha. — M. : AST, 2002. — 670 s.
21. *Radaev V. V.* Komu prinallezhit vlast' na potrebitel'skikh rynkah: otnoshenija roznichnyh setej i postavshhikov v sovremennoj Rossii / V. V. Radaev. — M. : Izd. dom Vysshej shkoly jekonomiki, 2011. — 383 s.
22. *Bykadorov I. A.* Tovarnoe raznoobrazie v vertikal'nom raspreditel'nom kanale pri monopolisticheskoi konkurencii / I. A. Bykadorov, S. G. Kokovin, E. V. Zhelobod'ko // *Matematicheskaja teorija igr i ee prilozhenija*. — 2010. — T. 2. — № 2. — S. 3–41.
23. *Sharipov I.* Stepen' gorizonta'lnoj i vertika'lnoj konkurencii mezhdju molochnymi kooperativami, molokopererabatyvajushhimi predprijatijami i roznichnymi tovgovcami na rynkah moloka v Japonii / I. Sharipov // *Jekonomika sel'skogo hozjajstva*. — 2008. — № 3. — S. 740–758.
24. *Zvit pro naukovo-doslidnu robotu za temoju "Rozrobka metodologii' doslidzhennja rynkiv rozdribnoi' realizacii' prodovol'chyh tovariv ta sumizhnyh z nymy rynkiv"* / A. A. Mazaraki, L. I. Didkivs'ka, A. G. Gerasymenko [ta in.] ; Antymonopol'nyj komitet Ukraïny ; Centr kompleksnyh doslidzen' z pytan' antymonopol'noi' polityky. — K., 2011. — 269 s. — Dep. v UkrINTEI, № derzhrejestracii' 0111U004658.
25. *Vnutrishnij rynek i tovgivlja Ukraïny: struktarno-instytucijonal'na transformacija* : monografija / V. D. Lagutin, Ju. M. Umanciv, A. G. Gerasymenko [ta in.] ; za red. V. D. Lagutina. — Kyi'v : Kyi'v. nac. tovg.-ekon. un-t, 2015. — 432 s.

26. *Bork R.* The rule of reason and the per se concept: price fixing and market division / R. Bork // *Yale Law Journal*. — 1966. — Vol. 7. — P. 373–404.
27. *Hefflebower R. B.* Internal trade / R. B. Hefflebower // *International encyclopedia of the social science*. — 1968. — P. 49.
28. *Anichin V. L.* Regulirovanie vertikal'noj konkurencii kak sposob modernizacii APK / V. L. Anichin // *Problemy jekonomiki*. — 2013. — № 1. — S. 28–33.
29. *Konkurentna polityka derzhavy v umovah transformacii' nacional'noi' ekonomiky* : monografija / za red. V. D. Lagutina. — K. : Kyi'v. nac. torg-ekon. un-t, 2008. — 308 s.
30. Pro zahyst ekonomichnoi' konkurencii' : Zakon Ukrainy № 2210-III vid 11 sich. 2001 r., zi zmin. i dopovn. // Oficijnyj veb-portal Verhovnoi' Rady Ukrainy [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/100571>.
31. *Act Against restraints of competition* [Electronic resource]. — Way of access : http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/index.html.
32. *Teoretychni ta praktychni aspekty zapobigannja ta obmezhenja negatyvnyh projaviv rynkovoï vlady na rynkah rozdribnoi' torgivli ta sumizhnyh z nymy rynkah* : zvit pro naukovo-doslidnu robotu / S. O. Chernenko, O. V. Voznjuk, V. V. Alichanovs'kyj [ta in.] ; Antymonopol'nyj komitet Ukrainy ; Centr kompleksnyh doslidzen' z pytan' antymonopol'noi' polityky. — K., 2010. — 321 s. — Dep. v UkrINTEI, № derzhrejestracii' 0110U006037.
33. *Garbaruk I.* Pora prekratit' zaigryvat' s obshhestvom i biznesom / I. Garbaruk // *Biznes*. — 2015. — 6 ijulja. — № 27. — S. 44–45.
34. Ob osnovah gosudarstvennogo regulirovanija torgovoj dejatel'nosti v Rossijskoj Federacii : Federal'nyj zakon № 381-FZ ot 28.12.2009 (s izm. i dop. ot 31.12.2014) [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629.
35. Koncepcija proektu Zakonu Ukrainy "Pro vnutrishnju torgivlju": zatv. Rozporjadzhennjam Kabinetu Ministriv Ukrainy № 1200-r vid 7 zhovt. 2009 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-%D1%80>.
36. *Urjad vidmovyvsja vid zakonu pro vnutrishnju torgivlju* [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://www.unian.ua/society/806071-uryad-vidmovivsvya-vid-zakonu-pro-vnutrishnyu-torgivlyu.html>
37. *Apelljacionnyj sud otmencil reshenie AMKU o vzyskanii shtrafa s "ATB" za uchastie v kartel'nom sgovore* // Intrefaks-Ukraina [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://interfax.com.ua/news/economic/325722.html>.