

аспірант кафедри господарського права
Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого

ДО ПРОБЛЕМИ ЮРИДИЧНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ МЕЖ РИНКІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В статті автор аналізує поняття «географічних» та «економічних» меж товарного ринку в сучасних умовах економічної глобалізації. Досліджує стан вітчизняного ринку товаровиробників та їх конкурентоспроможність. Обґрунтовує вплив економічної конкуренції та її видів на товарні ринки, а також пропонує конкретні шляхи вдосконалення як на теоретичному, так і на законодавчому рівнях.

Ключові слова: географічні межі товарного ринку; ринок; конкурентоспроможність; економічні межі товарного ринку; конкуренція; глобальна конкуренція; територіальна конкуренція; просторова конкуренція.

В статье автор анализирует понятия «географических» и «экономических» границ товарного рынка в современных условиях экономической глобализации. Исследует состояние отечественного рынка товаропроизводителей и их конкурентоспособности. Обосновывает влияние экономической конкуренции и её видов на товарные рынки, также предлагает конкретные пути усовершенствования как на теоретическом, так и на законодательном уровнях.

Ключевые слова: географические границы товарного рынка; рынок; конкурентоспособность; экономические границы товарного рынка; конкуренция; глобальная конкуренция; территориальная конкуренция; пространственная конкуренция.

The author analyzes the concept of «geographical» and «economic» product market boundaries in the present conditions of economic globalization. Examines the state of the domestic market producers and their competitiveness. Substantiates the impact of economic competition and its kinds to the commodity markets, also offers specific ways to improve both the theoretical and legislative levels.

Keywords: geographic boundaries of the market; the market; competitiveness; economic boundaries of the market; competition; global competition; territorial competition; spatial competition.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економічних (а саме торговельних) відносин можна стверджувати, що географія глобалізаційних процесів вийшла за рамки як регіональних, так і національних масштабів. Український ринок має величезний потенціал та потребує інтеграції у світовий економічний простір. Необхідність цього процесу призвела до вступу в СОТ. Однак за 5 років

членства (Україна стала членом СОТ в 2008 році) виникло безліч перешкод для українських товаровиробників для функціонування на глобальному ринку. Основними стали неготовність вітчизняних товаровиробників до жорсткої конкуренції, необхідність проведення заходів стосовно диверсифікації вітчизняного виробництва до вимог, умов та системи стандартизації світової торгівлі, зокрема СОТ. Також

проблемними виявилися методи визначення та відокремлення меж національного та світового ринків.

Однак ринок країн-членів СОТ є лише частиною світового економічного простору, вихід на який для України має стати пріоритетним. Тому розмежування глобального, національного та регіонального ринків є важливим аспектом у забезпеченні ефективного функціонування товарних відносин.

Сьогодні певна територія, місто, розглядаються як місце підприємницької діяльності, а вже потім як середовище існування людини. І ринок відіграє важливу соціально-економічну роль у житті держави, яка в свою чергу має виконувати власні функції для ефективного функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання як на національному, так і на міжнародному ринках. Проте відсутність переконливих і сучасних економічних концепцій моделювання організації економічного життя створює перешкоди розвитку господарсько-правового регулювання відповідних економічних відносин [1; с. 7].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням конкуренції вченими присвячено велику кількість робіт, таких як Ф. Найт, М. Портер, Й. Шумпетер. Питання стосовно меж географічного товарного ринку знайшли своє відображення у працях небагатьох вітчизняних науковців, серед яких Н.М. Корчак, С.С. Валітов. Проте економічні межі товарного ринку у вітчизняній науковій літературі не розглядаються, в той час як у працях зарубіжних авторів Д.А. Альошина, М.А. Положихіної, Л.Л. Зобової вже досить тривалий час ці питання є актуальними.

Формулювання цілей. Метою статті є аналіз вітчизняного товарного ринку в умовах економічної глобалізації,

визначення поняття економічних меж товарного ринку та виокремлення його критеріїв, а також розгляд співвідношення понять конкуренції.

Виклад основного матеріалу. На користь інтеграції до глобального ринку (зокрема до СОТ) працює зняття торгових бар'єрів для національного товаровиробника, тобто відкрито доступ до внутрішніх ринків країн-членів СОТ. Проте і нерезидентам полегшено доступ на внутрішній ринок України. У зв'язку з цим загострюється конкуренція на вітчизняному ринку, на який входять нові, і як свідчить світова практика, сильніші суб'єкти господарювання. В свою чергу процеси інтеграції тісно взаємопов'язані з процесом глобалізації, який має економічну природу і є процесом формування єдиного економічного простору, кількісного та якісного поглиблення взаємозв'язку національних економік при формуванні мегаоператорів, ринком збуту яких стають будь-які регіони з високим рівнем споживання [2; с. 32].

Конкуренція в сучасний період світового економічного розвитку товарівідносин виступає двигуном економіки, природним важелем регулювання якості товарів та послуг [3; с. 25].

Конкуренція між територіями являє собою певне змагання з метою залучення до себе уваги споживачів та виробників. Проявом такої конкуренції є надходження фінансових, інноваційних, матеріальних, людських та інших ресурсів.

Успіх же у міжнародній конкуренції визначають не фактори виробництва, а те, на скільки продуктивно вони використовуються господарюючими суб'єктами. Конкуренція між державами зводиться до залучення на свою територію великих транснаціональних компаній, які використовують її як місце, простір для свого

базування [4; с. 5]. Таке географічне розташування дає країні змогу розвивати свою соціальну, економічну та політичну структуру. Також за таких умов забезпечується повноцінне функціонування ринку.

У науковій літературі ринок визначається як сукупність економічних відносин між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу [5; с. 88–89]. За масштабами ринки поділяють на:

- одиничні (окремі торгові точки, лотки, магазини, банки, страхові компанії та ін.);
- локальні (безліч одиничних ринків, які об'єднані у місцеві базари);
- регіональні (включають усіх суб'єктів купівлі-продажу певного населеного пункту та території); національні (об'єднують регіональні ринки конкретної країни);
- міжнародні (певним чином інтегровані національні ринки ряду країн-членів ЄС, СОТ, ТС та ін.);
- світовий (глобальний ринок світового господарства) [6].

Також цікавою є думка про те, що світовий ринок за своєю природою є дискримінаційним, адже технологічні, фінансові, інноваційні тощо можливості товаровиробників є далекі нерівними, розвинені країни отримують більше переваг від вільної торгівлі, ніж ті країни, що розвиваються [7; с. 73].

Територіальні (географічні) межі ринку визначаються на основі взаємозамінності товарів з точки зору постачання конкретним споживачам. Визначальними чинниками при визначенні товарного (географічного) ринку є:

- місцезнаходження покупців, які формують відповідний попит і можуть придбати товару певному географічному пункті;
- місцезнаходження продавців, які формують пропозицію;
- встановлення мінімальної площі попиту на той товар, який є об'єктом правової оцінки, з метою виявлення меншої здатності до переміщення або попиту чи пропозиції [8; с. 44–45].

Визначення географічних меж ринку — це процедура визначення меж території, на якій покупець набуває або може набути економічну можливість купувати товар та не має такої можливості за її межами. Територіальні межі діють одночасно з тимчасовими межами ринку, які визначаються як проміжок часу (як правило — рік), на протязі якого відповідна сукупність товарно-грошових відносин між продавцями (поставниками, виробниками) та споживачами утворюють ринок товару зі усталеною структурою [9; с. 480].

З теоретичної точки зору для визначення територіальних меж ринку варто враховувати:

- регіональні особливості на певний товар;
- вимоги до транспортування товару;
- витрати, пов'язані з пошуком товару, прибуття до нього;
- географічні межі ринку — географічне місце розташування товаровиробника. Таким чином можна стверджувати, що економічні межі товарного ринку — це економічні можливості покупця придбати товар.

Згідно Методики визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, затвердженій Розпорядженням

Антимонопольного комітету України (далі -АМКУ) від 05.03.2002 р. №49-р (далі — Методика) територіальні (географічні) межі товарного ринку визначені як територія зі сферою взаємовідносин купівлі-продажу товару (групи товарів), в межах якої за звичайних умов споживач може легко задовольнити свій попит на певний товар і яка може бути, як правило, територією держави, області, району, міста тощо або їхніми частинами; визначаються вони (межі) шляхом установаження мінімальної території, за межами якої з точки зору споживача придбання товарів (товарної групи), що належать до групи взаємозамінних товарів товарної групи), є неможливим або недоцільним.

Однак доцільність використання терміну «неможливість» за сучасних умов, коли розвинена торгівля товарами через мережу Інтернет, доступність доставки замовлених товарів, є не виправданою, у зв'язку з чим виникає питання щодо визначення не лише географічних, а й виділення економічних меж певного ринку. Критеріями визначення економічних меж товарного ринку можуть стати наступні:

- невідривність від території (коли споживачі певного товару або послуги використовують її безпосередньо за місцем проживання, роботи, відпочинку, місцезнаходження; за умови, коли продукція має низький ступінь взаємозамінюваності);
- строки використання (умови, за яких продукція або послуги споживаються у такий термін, який не дозволяє її транспортування на значні відстані, у зв'язку з технологічними особливостями її зберігання);
- географічна віддаленість (ситуації, коли споживачі знаходяться

на значній відстані від місць розташування інфраструктури);

- соціальний фактор (вік, стан здоров'я);
- інші чинники.

Також сьогодні досить розмитими є територіальні межі регіонального ринку. Адже продукцію, яку виробляють на заході країни з легкістю можна придбати в будь-якій іншій точці країни. Тому перегляду мають підлягати і критерії стосовно географічних меж регіонального ринку.

Визначення чітких територіальних меж ринку тягне за собою появу певного кордону. Такий кордон сміливо можна визначити як економічний. Процес, що призводить до появи економічного кордону, є процесом просторової конкуренції [10; с. 91]. Так, термін просторова конкуренція, введений в 1929 році Г. Хотеллінгом, означає можливу поведінку суб'єкта господарювання в певному просторі ринку та вплив відстані на ціну. За просторової конкуренції в основному розгортається боротьба за привілейовані ділянки території. Просторова конкуренція має своїм підвидом територіальну (глобальну) конкуренцію. Визначення «територіальної конкуренції» базується на теорії конкуренції підприємств, яка визначається як змагання між підприємствами, які постачають товари на один і той самий [11; с. 53]. На думку Дегтярьової І.О. територіальна конкуренція розкриває сутність конкурентних відносин між територіями — селами, селищами, районами, регіонами, об'єднаннями територій, країнами та їх об'єднаннями і є видом діяльності територіальних суб'єктів з досягнення кращих результатів в економічній, соціальній, культурній та інших сферах, порівняно з іншими територіальними суб'єктами [12; с. 3].

Згідно ЗУ «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 №3659-ХІІ повноваження щодо визначення меж товарного ринку мають: постійно діюча адміністративна колегія АМКУ; Адміністративна колегія територіального відділення АМКУ; Державний уповноважений АМКУ; Голова територіального відділення АМКУ. Тобто визначення меж товарних ринків є для АМКУ пріоритетним та важливим завданням, оскільки на його основі в подальшому відбуваються аналіз та дослідження ринку. Для антимонопольних органів товарний ринок виникає тоді, коли відбувається передача прав власності на товар від одного господарюючого суб'єкта іншому [13; с. 25].

Також заслуговує на увагу те, що в сучасній економічній теорії широко розповсюдження набувають такі терміни, як економічна географія (тенденції і закономірності розміщення економічної діяльності) [14; с. 6], бізнесова географія (допомагає забезпечити конкурентоспроможність суб'єктів господарювання за рахунок раціональної просторової організації виробництва і ринку збуту товарів (послуг)) [14; с. 10], просторова географія (ця наука перебуває на стику регіональної економіки, економічної географії, макроекономіки,

інституціональної економіки, економічної соціології, а також демографії та вивчає процеси та явища у розвитку національного господарства з позиції властивостей економічного простору (інтегрованості, фрактальності і неоднорідності, безперервності і пов'язаності та ін.) [15].

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, вважаємо, що вимоги виконання Україною домовленостей та дотримання основних положень угоди СОТ та в сфері світової торгівлі мають стати пріоритетними для формування та реалізації економічної політики держави. Також важливо чітко відокремлювати територіальні (географічні) межі ринків для правильного застосування законодавства з боку АМКУ. Для цього необхідним є перегляд Методики з метою включення до неї положень, які б відповідали сучасним реаліям економічного розвитку світового ринку. Основними критеріями перегляду мають стати положення щодо «неможливості» споживачів придбати той чи інший товар з урахуванням сучасної розвиненої системи продажу товарів через мережу Інтернет та доступності їх транспортування та доставки практично в будь-яке місце, та відмежування територіальних (географічних) меж регіонального ринку.

Література

1. Задихайло Д. В. Господарсько-правове забезпечення економічної політики держави: монографія / Д. В. Задихайло. — Харків: Юрайт, 2012. — 456 с.
2. Нечипорук Л. В. Теоретико-методологічні основи дослідження глобалізації економіки / Л. В. Нечипорук // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право / редкол.: А. П. Гетьман та ін. — Х. : Право, 2011. — 4(7). — с. 26–34.
3. Журик Ю. В. Антимонопольно-конкурентне право України. Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2011. — 272 с.
4. Дондоков З. Б. -Д., Жигжитова И. В. Теоретические аспекты меж региональной конкуренции [Электронный ресурс] / З. Б. -Д. Дондоков, И. В. Жигжитова // Забайкальский государственный университет. Вестник — экономист (электронный научный журнал) . 2012. — №4. — Режим доступа: http://vseup.ru/static/articles/Dodokov,_Zhigzhitova.pdf

5. Основи економічної теорії: Підручник / О. О. Мамалуй, О. А. Гриценко, Л. В. Гриценко, Г. Ю. Дарнопих та ін.; За заг. ред. О. О. Мамалуй. — К.: Юрінком Інтер, 2005. — 480 с.
6. Бутук А. И. Экономическая теория: учеб. пособие. [Електронний ресурс]. // К.: Вікар, 2003. — 668 с. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/18421120/politekonomiya/gynok_ego_vidu
7. Самойлова Н. І. Правове регулювання експортно-імпортних відносин в умовах членства України в СОТ / Н. І. Самойлова // Процеси економічної глобалізації та напрями модернізації правового господарського порядку в Україні: матеріали круглого столу (м. Харків, 26 квітня 2012 р.) / редкол. Д. В. Задихайло, В. М. Пашков, В. С. Мілаш. — Х.: Юрайт, 2012. — 192 с.
8. Корчак Н. М. Методологічні підходи до визначення меж товарного ринку в цілях застосування норм конкурентного законодавства України / Н. М. Корчак // Юридичний вісник. — № 3(12). — 2009. — С. 42–45.
9. Валитов С. С. Концепция рынка в системе законодательства о защите экономической конкуренции / С. С. Валитов // Вісник Донецького національного університету, сер. в: економіка і право. — вип. 1. — 2009. — С. 478–485.
10. Зобова Л. Л. Феномен економічної границі / Л. Л. Зобова // Современные проблемы науки и образования. — 2009. — № 3. — С. 88–91.
11. Рожков Г. В. Генезис инновационной экономики в России / Под ред. С. Г. Ерошенкова. — М.: МАКС Пресс, 2009. — 888 с.
12. Дегтярьова І. О. Регіональна конкуренція: сутність, еволюційна зумовленість та тенденції розвитку [Електронний ресурс] / І. О. Дегтярьова // Актуальні проблеми державного управління. — 2 (40). — 2011. — Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/apdu/2011-2/doc/4/16.pdf>
13. Алешин Д. А., Положихина М. А. Современные подходы ФАС России к анализу состояния конкурентной среды на товарных рынках / Д. А. Алешин, М. А. Положихина // Современная конкуренция. — 2007. — № 5. — С. 25–38.
14. Андерсон В. М. Некономічні виклики глобалізації: нова економічна географія / В. М. Андерсон // Вісник Одеського національного університету. Економіка. — Том 14. — Випуск 15. — 2009. — С. 5–13.
15. Шульц С. Л. Просторові економічні трансформації: аналіз концентраційних процесів [Електронний ресурс] / С. Л. Шульц // Буковинський університет. Збірник наукових праць. Економічні науки. Режим доступу: http://copy.yandex.net/?lang=uk&mode=envelope&tld=ua&text=просторова%20конкуренція&url=http%3A%2F%2Fzbirnik.bukuniver.edu.ua%2Fed_work%2Fn_5%2F3.pdf&lr=147&l10n=ru&mime=pdf&sign=2f55a4c22262f87838ec16c4603f145c&keyno=0