

ТЕОРІЯ ТА ФІЛОСОФІЯ ПРАВА

УДК 346.548: 351.746

Б. Байда

Академія рекреаційних технологій і права,
канд. екон. наук, доц.

КОНКУРЕНЦІЯ У СФЕРІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

© Байда Б., 2016

Досліджено процес формування і підтримки державою конкуренції як змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує завдяки їхнім власним досягненням здобуття ними певних економічних переваг, внаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару, й окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару на ринку.

Ключові слова: конкуренція у сфері господарювання, обмеження монополізму в економіці, природні монополії, дискримінація суб'єктів господарювання, ділова репутація.

Б. Байда

КОНКУРЕНЦІЯ В СФЕРЕ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Исследуется процесс формирования и поддержки государством конкуренции как соревнование между субъектами хозяйствования, что обеспечивает благодаря их собственным достижениям получение ими определенных экономических преимуществ, вследствие чего потребители и субъекты хозяйствования получают возможность выбора необходимого товара и при этом отдельные субъекты хозяйствования не определяют условий реализации товара на рынке.

Ключевые слова: конкуренция в сфере хозяйствования, ограничения монополизма в экономике, естественные монополии, дискриминация субъектов хозяйствования, деловая репутация.

В. Bayda

COMPETITION IN ECONOMIC ACTIVITY

The article examines the formation and support of the state competition as a competition between entities providing through their own achievements attainment of certain economic benefits, resulting in consumers and business entities are able to choose the desired product while individual entities do not define the conditions of implementation of the goods on the market.

Key words: competition in economic activity, restriction of monopolies in the economy, natural monopolies, discrimination entities, business reputation.

Постановка проблеми. Органам державної влади і органам місцевого самоврядування, що регулюють відносини у сфері господарювання, забороняється приймати акти або вчиняти дії, що

визначають привілейоване становище суб'єктів господарювання тієї чи іншої форми власності, або ставлять у нерівне становище окремі категорії суб'єктів господарювання чи іншим способом порушують правила конкуренції. У разі порушення цієї вимоги органи державної влади, до повноважень яких належить контроль та нагляд за додержанням антимонопольно-конкурентного законодавства, а також суб'єкти господарювання можуть оспорювати такі акти в установленому законом порядку.

Уповноважені органи державної влади й органи місцевого самоврядування повинні здійснювати аналіз стану ринку і рівня конкуренції на ньому і вживати передбачених законом заходів щодо упорядкування конкуренції суб'єктів господарювання.

Держава забезпечує захист комерційної таємниці суб'єктів господарювання відповідно до вимог Господарського кодексу та інших законів.

Аналіз дослідження проблеми. Подібних досліджень у юридичній науці багато. Однак вдалося виявити низку нових підходів щодо цього питання. Цінними здобутками є наукові праці в галузі господарського права та філософії. Однак у статті використано деякі положення професорів: С. Сливки, В. Ортинського, Т. Гарасиміва, М. Кельмана, З. Варналія, Г. Геєця, В. Горфінкеля, І. Дмитрієва, В. Зубова, В. Колота, Л. Кривеги, С. Покровського, С. Реверчука, Н. Романенко, В. Сизоненко, С. Соболя, Н. Тягунова, В. Шевчука й інших.

Мета статті. Розкрити процес формування і підтримки державою конкуренції як змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує їм завдяки їхнім власним досягненням здобуття певних економічних переваг. Довести, що правове пізнання сприяє правомірній методології у наукових дослідженнях, внаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару, а окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару на ринку.

Виклад основного матеріалу. Щодо обмеження конкуренції. Рішення або дії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, які спрямовані на обмеження конкуренції чи можуть мати наслідком такі обмеження, визнають обґрунтованими у випадках:

- надання допомоги соціального характеру окремим суб'єктам господарювання за умови, що допомога надається без дискримінації інших суб'єктів господарювання;
- надання допомоги за рахунок державних ресурсів з метою відшкодування збитків, завданих стихійним лихом або іншими надзвичайними подіями, на визначених ринках товарів або послуг, перелік яких встановлено законодавством;
- надання допомоги, зокрема створення пільгових економічних умов окремим регіонам з метою компенсації соціально-економічних втрат, спричинених важкою екологічною ситуацією;
- здійснення державного регулювання, пов'язаного з реалізацією проектів загальнонаціонального значення [2].

А ось умови та порядок обмеження конкуренції встановлюються законом відповідно до Господарського кодексу.

Щодо обмеження монополізму в економіці, то монополієм визнається домінуюче становище суб'єкта господарювання, яке дає йому можливість самостійно або разом з іншими суб'єктами обмежувати конкуренцію на ринку певного товару (робіт, послуг).

Монополієм також є становище суб'єкта господарювання, частка якого на ринку певного товару перевищує розмір, встановлений законом. Монополієм може бути визнано також становище суб'єктів господарювання на ринку товару за наявності інших умов, визначених законом.

У конкретному разі суспільної необхідності та для усунення негативного впливу на конкуренцію органи державної влади здійснюють стосовно наявних монополієвих утворень заходи антимонопольного регулювання відповідно до вимог законодавства та заходи демонополізації економіки, передбачені відповідними державними програмами, за винятком природних монополій.

Отже, органам державної влади та органам місцевого самоврядування забороняється приймати акти або вчиняти дії, спрямовані на економічне посилення суб'єктів господарювання-монополістів та утворення без достатніх підстав нових монопольних утворень, а також приймати рішення про виключно централізований розподіл товарів.

Щодо природних монополій, то стан товарного ринку, за якого задоволення попиту на цьому ринку є ефективнішим за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю продукції в міру збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), що виробляють суб'єкти господарювання, не можуть бути замінені у споживанні іншими, у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на такі товари, ніж попит на інші товари (послуги), – вважається природною монополією [5, с. 112–113].

А от суб'єктами природної монополії можуть бути суб'єкти господарювання будь-якої форми власності (монопольні утворення), які виробляють (реалізують) товари на ринку, що перебуває у стані природної монополії.

Так, законом про природні монополії визначаються сфери діяльності суб'єктів природних монополій, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, інші органи, які регулюють діяльність зазначених суб'єктів, а також інші питання регулювання відносин, що виникають на товарних ринках України, які перебувають у стані природної монополії, та на суміжних ринках за участі суб'єктів природних монополій.

Зловживанням монопольним становищем на ринку вважають:

- нав'язування таких умов договору, які ставлять контрагентів у нерівне становище, або додаткових умов, що не стосуються предмета договору, зокрема нав'язування товару, не потрібного контрагенту;
- обмеження або припинення виробництва, а також вилучення товарів з обороту з метою створення або підтримки дефіциту на ринку чи встановлення монопольних цін;
- інші дії, мета яких – створити перешкоди для доступу на ринок (виходу з ринку) суб'єктів господарювання;
- встановлення монопольно високих або дискримінаційних цін (тарифів) на свої товари, що призводить до порушення прав споживачів або обмежує права окремих споживачів;
- встановлення монопольно низьких цін (тарифів) на свої товари, що призводить до обмеження конкуренції [2].

Неправомірними угодами між суб'єктами господарювання визнаються угоди або погоджені дії, спрямовані на:

- встановлення (підтримання) монопольних цін (тарифів), знижок, надбавок (доплат), націнок;
- розподіл ринків за територіальним принципом, обсягом реалізації чи закупівлі товарів, їх асортиментом або за колом споживачів чи за іншими ознаками – з метою їх монополізації;
- усунення з ринку або обмеження доступу до нього продавців, покупців, інших суб'єктів господарювання [2].

Дискримінацією суб'єктів господарювання органами влади у Господарському кодексі визнано:

- заборону створення нових підприємств чи інших організаційних форм господарювання в будь-якій сфері господарської діяльності, а також встановлення обмежень на здійснення окремих видів господарської діяльності або виробництво певних видів товарів з метою обмеження конкуренції;
- примушування суб'єктів господарювання до пріоритетного укладання договорів, першочергової реалізації товарів певним споживачам або до вступу в господарські організації та інші об'єднання;
- прийняття рішень про централізований розподіл товарів, який призводить до монопольного становища на ринку;

- встановлення заборони на реалізацію товарів з одного регіону України в інший;
- надання окремим підприємцям податкових та інших пільг, які ставлять їх у привілейоване становище щодо інших суб'єктів господарювання, що призводить до монополізації ринку певного товару;
- обмеження прав суб'єктів господарювання щодо придбання та реалізації товарів;
- встановлення заборон чи обмежень стосовно окремих суб'єктів господарювання або груп підприємців [2].

Отже, дискримінація суб'єктів господарювання не допускається. Законом можуть бути встановлені винятки з метою забезпечення національної безпеки, оборони, загальносуспільних інтересів.

Недобросовісною конкуренцією визнають будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності, яка спричиняє юридичну відповідальність осіб, якщо їх дії негативно впливають на конкуренцію на території України, незалежно від того, де вчинено такі дії [4, с. 7–8].

Неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання визнають: неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника; порівняльну рекламу [2].

Неправомірним є використання без дозволу уповноваженої на те особи чужого імені, комерційного найменування, торговельної марки, інших позначень, а також належних іншій особі рекламних матеріалів тощо, що може призвести до змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання, який має пріоритет на їх використання [2].

Отже, використання у комерційному найменуванні власного імені громадянина правомірне, якщо до власного імені додається будь-який відмітний елемент, що унеможливило змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання.

Неправомірним використанням товару іншого виробника є також введення у господарський обіг під своїм позначенням товару іншого виробника шляхом змін чи зняття позначень виробника без дозволу уповноваженої на те особи.

Копіюванням зовнішнього вигляду виробу є відтворення зовнішнього вигляду виробу іншого суб'єкта господарювання і введення його у господарський обіг без однозначного зазначення виробника копії, що може призвести до змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання. Не визнається також неправомірним копіювання зовнішнього вигляду виробу або його частин, якщо таке копіювання зумовлено лише їх функціональним застосуванням.

Є порівняльною реклама, що містить порівняння з товарами (роботами, послугами) чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання. Не визнається неправомірним порівняння в рекламі у випадках, передбачених законом.

Створенням перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції вважаються: дискредитація суб'єкта господарювання, нав'язування споживачам примусового асортименту товарів (робіт, послуг), схилення до бойкоту суб'єкта господарювання або дискримінації покупця (замовника), або до розірвання договору з конкурентом, підкуп працівника постачальника або покупця (замовника) [5, с. 112–113].

А от дискредитацією суб'єкта господарювання є поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання.

Купівлею-продажем товарів, виконанням робіт, наданням послуг із примусовим асортиментом є купівля-продаж одних товарів, виконання робіт, надання послуг за умови купівлі-продажу інших товарів, виконання робіт, надання послуг, не потрібних споживачеві або контрагенту.

Також схиланням до бойкоту суб'єкта господарювання вважається спонукання конкурентом іншої особи, безпосередньо або через посередника, до відмови від встановлення договірних відносин із цим суб'єктом господарювання; схиланням постачальника до дискримінації покупця є спонукання, безпосередньо або через посередника, до надання постачальником конкуренту покупця певних переваг без достатніх на це підстав; схиланням суб'єкта господарювання до розірвання договору з конкурентом іншого суб'єкта господарювання є вчинене з корисливих мотивів або в інтересах третіх осіб спонукання суб'єкта господарювання (учасника договору до невиконання або неналежного виконання договірних зобов'язань перед цим конкурентом з наданням або пропонуванням суб'єкту господарювання – учаснику договору, безпосередньо або через посередника, матеріальної винагороди, компенсації чи інших переваг.

Підкуп працівника постачальника – це надання або пропонування йому конкурентом покупця (замовника), безпосередньо або через посередника, матеріальних цінностей, майнових або немайнових благ за неналежне виконання або невиконання працівником постачальника службових обов'язків, що впливають з укладеного чи пов'язані з укладенням між постачальником і покупцем договору поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, що призвело або могло призвести до того, що конкурент покупця (замовника) отримає певні переваги над покупцем (замовником) [2].

До працівника постачальника привірюється й інша особа, яка згідно зі своїми повноваженнями приймає рішення від імені постачальника про поставку товару, виконання робіт, надання послуг, впливає на прийняття такого рішення або якимось пов'язана з ним.

Підкуп працівника покупця (замовника) – це надання або пропонування йому конкурентом постачальника, безпосередньо або через посередника, матеріальних цінностей, майнових чи немайнових благ за неналежне виконання або невиконання працівником покупця (замовника) службових обов'язків, що впливають з укладеного або пов'язані з укладенням між постачальником і покупцем договору поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, що призвело або могло призвести до отримання конкурентом постачальника певних переваг перед постачальником [2].

До працівника покупця (замовника) привірюється й інша особа, яка згідно зі своїми повноваженнями приймає рішення від імені покупця (замовника) про придбання товару, виконання робіт, надання послуг, впливає на прийняття такого рішення або якимось пов'язана з ним.

Досягненням неправомірних переваг у конкуренції є отримання певних переваг стосовно іншого суб'єкта господарювання з порушенням законодавства, яке підтверджене рішенням відповідного органу державної влади.

Також неправомірним вважають збирання, розголошення та використання відомостей, що є комерційною таємницею.

Деякі відомості, що пов'язані з виробництвом, технологією, управлінням, фінансовою та іншою діяльністю суб'єкта господарювання, що не є державною таємницею, розголошення яких може завдати шкоди інтересам суб'єкта господарювання, можуть визнаватись його комерційною таємницею. Склад і обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, спосіб їх захисту визначає суб'єкт господарювання відповідно до закону.

Неправомірним збиранням відомостей, що становлять комерційну таємницю, вважається здобування протиправним способом зазначених відомостей, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання.

А от розголошенням комерційної таємниці є ознайомлення іншої особи без згоди особи, уповноваженої на те, з відомостями, що відповідно до закону становлять комерційну таємницю, з боку особи, якій ці відомості довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання [5, с. 112–113].

Схилянням до розголошення комерційної таємниці є спонукання особи, якій були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків відомості, що відповідно до закону становлять комерційну таємницю, до розкриття цих відомостей, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання.

Та неправомірним використанням комерційної таємниці є упровадження у виробництво або врахування під час планування чи здійснення підприємницької діяльності без дозволу уповноваженої на те особи неправомірно здобутих відомостей, що становлять відповідно до закону комерційну таємницю [5, с. 110–111].

Тобто за неправомірне збирання, розголошення або використання відомостей, що є комерційною таємницею, для винних осіб встановлено законом відповідальність.

Яка ж відповідальність за недобросовісну конкуренцію? Вчинення дій, визначених як недобросовісна конкуренція, спричиняє відповідальність суб'єкта господарювання згідно з Господарським кодексом або адміністративну, цивільну чи кримінальну відповідальність винних осіб у випадках, передбачених законом.

Щодо правила професійної етики у конкуренції. Суб'єкти господарювання за сприяння зацікавлених організацій можуть розробляти правила професійної етики у конкуренції для відповідних сфер господарської діяльності, а також для певних галузей економіки. Правила професійної етики у конкуренції погоджують з Антимонопольним комітетом України.

Правила професійної етики у конкуренції можуть використовуватися під час укладання договорів, розроблення установчих та інших документів суб'єктів господарювання.

Захист прав споживачів на території України. Споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) з метою задоволення своїх потреб мають право на:

- державний захист своїх прав;
- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів (робіт, послуг);
- безпеку товарів (робіт, послуг);
- необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів (робіт, послуг);
- відшкодування збитків, завданих товарами (роботами, послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (роботами, послугами), у випадках, передбачених законом;
- звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів [2].

Тобто з метою захисту своїх прав та законних інтересів громадяни можуть об'єднуватися на добровільній основі у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

І наша держава забезпечує громадянам захист їхніх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до їхніх потреб, і гарантує придбання або одержання іншими законними способами товарів (робіт, послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності [1].

Щодо прав споживачів механізм реалізації захисту цих прав та відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками (виконавцями, продавцями) регулюється законом про захист прав споживачів та іншими законодавчими актами.

Тобто, якщо чинним міжнародним договором, згоду на обов'язковість якого надала Верховна Рада України, встановлено інші правила, ніж ті, що є в законодавстві України про захист прав споживачів, то застосовуються правила міжнародного договору.

Державний контроль за дотриманням антимонопольно-конкурентного законодавства, тобто захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснює Антимонопольний комітет України відповідно до його повноважень, визначених законом.

Тобто, щоб запобігти монопольному становищу окремих суб'єктів господарювання на ринку створення, реорганізація та ліквідація суб'єктів господарювання, придбання їхніх активів, часток (акцій, паїв) господарських товариств, а також утворення об'єднань підприємств або перетворення органів влади на зазначені об'єднання у випадках, передбачених законодавством, здійснюються за умови одержання згоди на це Антимонопольного комітету України. А підстави для надання згоди на концентрацію суб'єктів господарювання визначено законом.

Якщо ж суб'єкти господарювання зловживають монопольним становищем на ринку, Антимонопольний комітет України має право прийняти рішення про примусовий поділ монопольних утворень, і строк виконання такого рішення не може бути меншим від шести місяців.

Примусовий поділ не застосовується у разі:

- неможливості організаційного або територіального відокремлення підприємств або структурних підрозділів;
- наявності тісного технологічного зв'язку підприємств, структурних підрозділів, якщо частка внутрішнього обороту в загальному обсязі валової продукції підприємства (об'єднання тощо) становить менше від тридцяти відсотків [2].

Та реорганізація монопольного утворення, що підлягає примусовому поділу, здійснюється на розсуд суб'єкта господарювання за умови подолання монопольного становища цього утворення на ринку.

Щодо Антимонопольного комітету України та його територіального відділення у встановленому законом порядку розглядають справи про недобросовісну конкуренцію та інші справи щодо порушення антимонопольно-конкурентного законодавства, передбачені законом.

А ось рішення Антимонопольного комітету України та його територіальних відділень можна оскаржувати до суду. Збитки, завдані незаконними рішеннями Антимонопольного комітету України або його територіальних відділень, відшкодовуються з Державного бюджету України за позовом зацікавлених осіб у порядку, визначеному законом.

Щодо Антимонопольно-конкурентного законодавства, то воно регулює відносини, які виникають у зв'язку з недобросовісною конкуренцією, обмеженням та запобіганням монополізмом в господарській діяльності, складається з Господарського кодексу, закону про Антимонопольний комітет України, інших законодавчих актів.

Та законом можуть бути визначені особливості регулювання відносин, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією та монополізмом на фінансових ринках і ринках цінних паперів.

Висновки. На основі вищевикладеного можемо стверджувати, що правовий господарський порядок в Україні формується на основі оптимального поєднання ринкового саморегулювання економічних відносин суб'єктів господарювання та державного регулювання макроекономічних процесів, з урахуванням конституційної вимоги відповідальності держави перед людиною за свою діяльність та визначення України як суверенної та незалежної, демократичної, соціальної, правової держави.

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 41.
2. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18–22. – Ст. 144.
3. Господарський процесуальний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 6. – Ст. 56.
4. Економічна безпека підприємництва України: теорія, практика, напрями зміцнення: монографія / З. Юринець, Б. Байда. – Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Львів :

ЛНУ ім. Івана Франка, 2014. – 184. 5. Байда Б. Ф. Регіональний брендинг як інструмент залучення ресурсів і підвищення капіталізації / Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Управління активами регіону на основі їх капіталізації: зб. наук. праць. – Львів: НАНУ ІРД. – 2009. – Вип. 3(77). – С. 108–115. 6. *Doing business in 2014* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/paying-taxes> 7. *Global Risks 2016 Report. A Global Risk Network Report / World Economic Forum.* – January. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalriskguard.com/> 8. *The 2015 NGO Sustainability Index for Central' and Eastern Europe and Eurasia // USAID.* – 2015. – Seventh Edition (June 2015).

REFERENCES

1. *Konstytutsiya Ukrainy [The Constitution of Ukraine]* // *Vidomosti Verhovnoyi Rady Ukrainy.* – 1996. – № 30. – Ст. 41. 2. *Hospodarskyi kodeks Ukraine [Economic Code of Ukraine]* // *Vidomosti Verhovnoyi Rady Ukrainy.* – 2003. – № 18–22, 144 Ст. 3. *Hospodarskyi protsesualnyy kodeks Ukrainy [Economic Procedural Code of Ukraine]*// *Vidomosti Verhovnoyi Rady Ukrainy,* 1992, № 6, 56 p. 4. *Ekonomichna bezpeka pidpryyemnytstva Ukrainy: theory, practice, strengthening areas: monograph [The economic security of business Ukraine: theory, practice, strengthening areas: monograph]* / Z. Yurynets, B. Bayda; Lviv. Nats..un-named Ivan Franko ... – Lviv, LNU .. *Ivan Franko,* 2014 – 184 p. 5. *Baida B.F. Regionalny branding yak instrument zaluchennya resursiv i pidvischennya kapitalizatsiy [Regionalny branding]* / *Zbirnik nauk. prats "Sotsialno-ekonomichni problemi Suchasnyj periodu Ukraine. Upravlinnya assets regionu on osnovi ih kapitalizatsii".* – Lviv: NASU IRD. – 2009 – (77). – P. 108–115. 6. *Doing business in 2014 / [Elektronnyy resurs].* *Rezhym dostupu:* <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/paying-taxes> 7. *Global Risks 2015 Report. A Global Risk Network Report / World Economic Forum.* – January. – 2015 / [Elektronnyy resurs]. *Rezhym dostupu:* <http://www.globalriskguard.com/> 8. *The 2015 NGO Sustainability Index for Central' and Eastern Europe and Eurasia // USAID.* – 2015. – Seventh Edition (June 2015). [Elektronnyy resurs]. *Rezhym dostupu:* <http://www.globalriskguard.com/>