

**Ковтун В.Ю.***аспірант кафедри економічної теорії та конкурентної політики,  
Київський національний торговельно-економічний університет***Koutun Viktoriia***Kyiv National University of Trade and Economics*

## АДВОКАТУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

### COMPETITION ADVOCACY IN UKRAINE

**Анотація.** У статті досліджено основні фактори, що впливають на низький рівень ефективності конкурентної політики в Україні. Серед них особливу увагу акцентовано на впливі недостатньої конкурентної культури більшості економічно активного населення України, що значно посилюється відсутністю прозорих інформаційних потоків в економіці. Одним із основних превентивних методів боротьби з інформаційною асиметрією є адвокатування конкуренції. Саме тому у статті окрема увага приділена саме визначенню поняття адвокатування відомими вченими-економістами. Зроблено висновок про те, що кожне з наведених визначень має конкретно визначену автором мету адвокатування та суб'єкти реалізації, що часто йде в розріз із державною конкурентною політикою нашої держави. На основі дослідженої та проаналізованої інформації у статті запропоновано авторське визначення адвокатування конкуренції, яке, на думку автора, найбільше відповідає конкурентній політиці в Україні.

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентна політика, конкурентна культура, адвокатування конкуренції, інформаційна асиметрія.

**Постановка проблеми.** Становлення економіки нового типу потребує залучення нових, адаптованих методів впливу. Для країн, які перебувають у процесі трансформації, важливим є баланс превентивних та контролюючих заходів. Адвокатування конкуренції – це один із основних заходів, який забезпечить ефективне вирішення проблем, пов'язаних із циркуляцією інформації на ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питання адвокатування конкуренції присвячені численні праці А. Герасименко [1], Г. Філюк [2], В. Лагутіна [3], М. Стак [4], Т. Щербакіної та інших науковців [5].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Огляд проблем у статті представлено через виділення власного визначення адвокатування конкуренції, яке найбільш повно відображає ситуацію, що склалась у нашій державі.

**Мета статті.** Головною метою роботи є дослідження впливу адвокатування конкуренції на розвиток проконкурентної свідомості всіх учасників ринкових відносин.

**Виклад основного матеріалу.** Економіка нового типу потребує створення нових методів державного впливу. Для країн із переважаючою інформаційною економікою це можуть бути суто превентивні заходи, тоді як для країн, які перебувають у процесі трансформації, важливим є збереження балансу превентивних та контролюючих заходів.

Саме до країн із трансформаційною економікою належить Україна, адже, незважаючи на глобалізацію та розвиток кордонів з розвинутими країнами світу, за Україною залишається історичний слід країни колишнього соціалістичного устрою, що свідчить про необхідність контролюючого впливу з боку органів державної влади. З огляду на це перед органами державної влади постає серйозне завдання, що полягає в розробленні та реалізації комбінованої політики коригування інформаційної асиметрії, важливим аспектом якої буде розроблення стратегії адвокатування конкуренції.

Проте не слід забувати про те, що за ідеальних умов функціонування економіки (а таких, маємо зазначити, на практиці не існує) регулюючі державні органи усвідомлюють, що ефективна конкуренція сприяє росту добробуту споживачів, зменшенню інфляції та підвищує конкурентоспроможність виробників, сприяючи економічному росту країни. Основним завданням державного регулятора в таких умовах є захист економічної конкуренції на ринку, зокрема, через протидію поширенню інформаційної асиметрії на ринку. Проте в дійсності уповноважені представники різних органів державної влади, слідуючи інтересам обмеженого кола осіб, сприяють розробленню та прийняттю законодавчих актів і політик, які могли б надмірно обмежувати ініціативу в економічній діяльності та протидіяти принципам конкуренції. Виробники будь-якими методами намагаються зайняти ключову позицію на ринку, а споживачі невинувато втрачають свої кошти через неспроможність зробити правильний вибір.

Тим чи іншим чином всі представлені вище обставини притаманні всім, навіть найбільш розвинутим економікам світу. Проте важливо зазначити, що вони тісно пов'язані з рівнем конкурентної культури в країні, адже чим нижчою є конкурентна культура, тим більш фатальними є їх наслідки.

Часто органи державної влади в процесі формування конкурентної політики приділяють недостатньо уваги питанням конкурентної культури в державі, що значно зменшує ефективність такої політики, адже конкурентна культура є важливим елементом конкурентної політики держави.

Проблемою українського конкурентного середовища є необхідність формування свідомої конкурентної культури, адже поки вона не буде сформована, будь-які заходи, спрямовані на розвиток конкуренції на ринку, будуть зводитись до нуля.

Відсутність конкурентної культури має довгий історичний слід та простежується серед усіх учасників ринкових відносин в Україні.

Причиною цього є соціалістичне минуле нашої країни, адже поняття «конкуренція» увійшло в категорійний апарат

вітчизняної економічної науки відносно недавно. Натомість в економічній науці радянської доби конкуренція як явище по-ставала в негативному аспекті. Отже, сформувавшись як особистість в умовах адміністративно-командної економіки, у якій були відсутні конкурентні відносини та переважав дух співробітництва, більшість українців досі сприймає конкуренцію з тривогою та вороже [2].

Це проявляється у вигляді так званого економічного егоїзму, тобто у таких ціннісних орієнтаціях економічного суб'єкта, які призводять до переважання в його економічній поведінці корисних власних інтересів, які суперечать інтересам і потребам інших економічних суб'єктів [2].

Ускладнює ситуацію те, що, відповідно до дослідження Державної служби статистики України, 65% робочої сили в Україні складається з осіб віком від 35 до 70 років, тобто осіб, які навчались та формувались як особистість на постулатах адміністративно-командної економіки, а керуючі посади, які дають можливість прийняття рішень, що впливають на конкуренцію та формування конкурентних відносин, займають переважно працівники старшого віку. Отже, можна зробити висновок, що більшість керуючого складу підприємств не усвідомлює повністю цінності конкуренції на ринку [2].

Саме тому в процесі здійснення своєї господарської діяльності суб'єкти господарювання схильні дотримуватись агресивної конкурентної поведінки, яка характеризується тим, що система цінностей такого суб'єкта господарювання ґрунтується на повному відкиданні гуманності, добра, жалості, взаєморозуміння.

Такі суб'єкти господарювання та й індивіди загалом сприймають світ як поле битви, де, відповідно до дарвінівського вчення, виживають найбільш пристосовані, які знищують слабших. Зазвичай людські заздрість і ревності, агресивність та інші деструктивні прояви людської культури є ознаками так званої некультуреної конкуренції [2].

Аналогічною є ситуація у споживчому сегменті, якщо не брати до уваги дітей до 14 років, які не приймають самостійних рішень щодо придбання товарів та послуг, отже, фактично не виступають споживачами, відповідно, 74% споживачів в Україні складають люди старші за 35 років. Оскільки саме розуміння того, що конкуренція приносить користь, а дотримання правил

конкуренції веде до розширення асортименту товарів і послуг більш високої якості за нижчими цінами, приводить до можливості «зворотного зв'язку» та покращення конкурентної ситуації на ринку, то можна зробити висновок, що більшість споживачів схильна приймати деструктивні для себе рішення, які провокують невиправдані витрати [6].

Таким чином, більшість економічно активного населення України не усвідомлює в повній мірі всіх переваг існування конкуренції на ринку.

Підтверджується це кількістю порушень законодавства про захист економічної конкуренції, які щорічно розслідує Антимонопольний комітет України.

Як видно з рис. 1, в останні 4 роки діяльності АМКУ спостерігається тенденція до зменшення кількості припинених порушень на фоні зростаючого економічного ефекту.

Щодо динаміки сплачених штрафів, то тут важко говорити про наявність чіткої тенденції, та й шукати певну тенденцію в цьому показнику, на нашу думку, недоцільно, адже структура, вид і тяжкість порушень кожного року різняться.

Проте існують випадки, що повторюються досить регулярно.

Прикладом такої системності порушень є ситуація, що склалась на ринку роздрібної реалізації пального.

28 жовтня 2016 року після розгляду справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції у вигляді антиконкурентних узгоджених дій між ТОВ «Золотий екватор», ТОВ «ВОГ Рітейл», ПП «Окко нафтопродукт», ТОВ «Альянс Холдинг», ПП «АМІК Україна», ТОВ «СОКАР ПЕТРОЛЕУМ» та ТОВ «Параллель М ЛТД» було прийнято рішення та накладено штрафи.

Напередодні, 27 жовтня 2016 року, АМКУ погодив «Правила професійної етики у конкуренції щодо чесності та прозорості роздрібного ринку пального в Україні», розроблені учасниками ринку (зокрема, суб'єктами господарювання, яких визнали порушниками у справі), які запобігатимуть виникненню порушень конкурентного законодавства на цих ринках, сприятимуть їх транспарентності.

Окремим пунктом зазначених Правил було визначено, що компанії ніколи формально або неформально не братимуть участь у встановленні «фіксованих» цін [7].

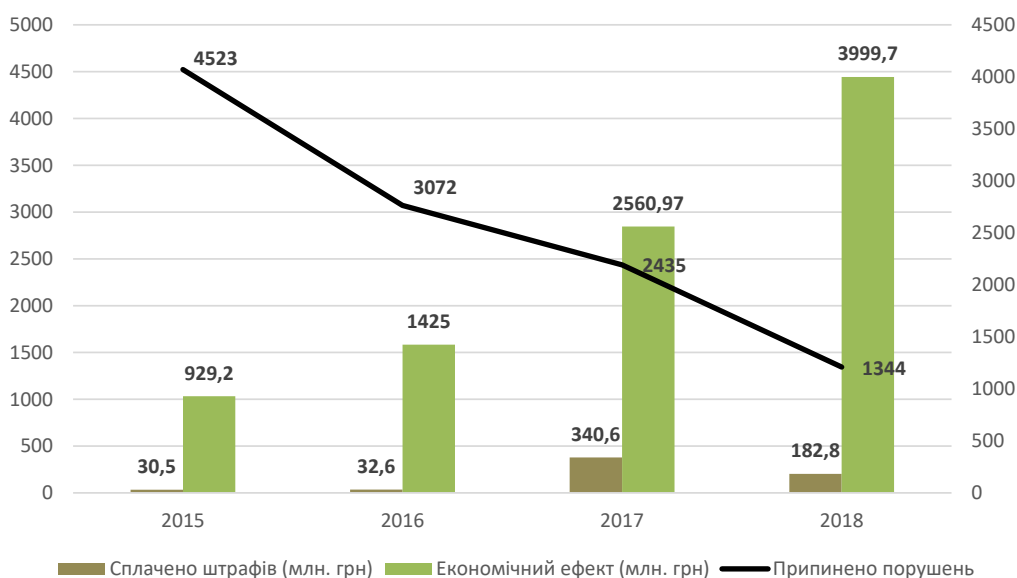


Рис. 1. Динаміка основних показників діяльності АМКУ (2015–2018 рр.)

Джерело: розроблено автором на основі джерел [12–14]

Проте вже 14 травня 2019 року за результатами розгляду справи АМКУ було знову прийнято рішення та накладено штраф на групу компаній ТОВ «ВОГ Рітейл», ТОВ «ОККО-Рітейл» та ТОВ «СОКАР ПЕТРОЛЕУМ» за вчинення протягом 2017 року антиконкурентних узгоджених дій у вигляді встановлення та підтримання на інформаційних табло АЗС подібних між собою роздрібних цін реалізації бензину.

Таким чином, маємо ситуацію за якою суб'єкти господарювання є поінформованими про діяльність на ринку, проте незацікавленими у підтриманні ефективної конкуренції, тому вони цілком свідомо йдуть на дії, що в результаті можуть призвести до фінансових втрат, адже фінансовий бонус від антиконкурентної поведінки значно перевищуватиме можливі втрати від сплати штрафу за порушення.

Отже, необхідним є адвокатування для подолання інформаційної асиметрії та покращення конкурентних відносин на ринку.

Адвокатування конкуренції в Україні необхідне не тільки для окремо взятих ринків, але й для повноцінного функціонування сучасної економіки загалом.

Саме тому дії антимонопольного відомства мають забезпечити роботу своєрідного 3-ядерного механізму конкуренції, в якому кожна зі сторін, усвідомлюючи переваги конкуренції та втрати, яких вона може зазнати від її обмеження, забезпечувала б ефективний контроль за антиконкурентними практиками інших сторін, зокрема за поширенням інформаційної асиметрії на ринку, утворивши своєрідну «невидиму руку контролю інформаційної асиметрії на ринку».

Саме тому стратегія адвокатування конкуренції в Україні має не просто забезпечувати підвищення обізнаності споживачів щодо способів добросовісного ведення конкуренції шляхом поширення зазначеної інформації органами державної влади, але й забезпечувати подолання інформаційної асиметрії та покращення конкуренції на ринку шляхом безперервного протистояння цих сторін. Ці завдання можуть вирішуватися за власною ініціативою антимонопольного відомства, у координації з іншими органами державної влади та за допомогою залучення третіх сторін.

В Україні адвокатування конкуренції – це відносно новий механізм державного впливу, який розвивався паралельно зі встановленням та запровадженням конкурентного законодавства, тобто тоді, коли у країні не було чітко напрацьованої практики роботи антимонопольних органів та підготовлених для цього спеціалістів, що значно вплинуло на якість механізму адвокатування.

Вперше поняття «адвокатування конкуренції» було визначено у 2002 р. робочою групою з адвокатування конкуренції Міжнародної конкурентної мережі. Відповідно до зазначеного визначення адвокатування конкуренції – це набір видів діяльності антимонопольних органів, спрямованих на посилення ефективності конкурентної політики, яка здійснюється конкурентним відомством задля сприяння розвитку конкуренції шляхом використання не примусових механізмів, а переважно за допомогою взаємодії з іншими державними суб'єктами та збільшення поінформованості громадськості щодо переваг конкуренції [8, с. 25].

Відповідно до зазначеного визначення основною метою адвокатування конкуренції є підвищення ефективності конкурентної політики в державі через взаємодію органів державної влади.

Поняттям, що використовується українським антимонопольним відомством, є таке: адвокатування конкуренції – це підтримка конкуренції за допомогою інших ніж правозастосування заходів,

зокрема шляхом оцінювання впливу на конкуренцію регуляторних актів та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи. Отже, метою адвокатування в Україні є підтримка конкуренції [9].

Проте є інші підходи до визначення адвокатування, кожен з яких детермінує свою мету.

Так, наприклад, М. Стак визначає адвокатування конкуренції як інститут конкурентної політики, який допомагає покращити конкурентне середовище в умовах недосконалості інформації та обмеженої раціональності. Він ставиться до адвокатування конкуренції як до політики, основною метою якої є покращення конкуренції [4].

На думку української вченої-економіста Г. Филюк, адвокатування конкуренції – це всі дії антимонопольних органів, які не пов'язані з примусом до виконання правил у сфері антимонопольного законодавства, а спрямовані на формування в суспільстві конкурентної культури, тобто мета адвокатування – це формування конкурентної політики.

В. Лагутін та І. Соколовська розглядають адвокатування конкуренції як набір видів діяльності державних конкурентних органів, спрямованих на зміцнення конкурентного середовища на товарних ринках за допомогою використання механізмів, які прямо не належать до системи примусу, а орієнтовані перш за все на усвідомлення суб'єктами підприємництва вигід конкуренції, зокрема, внаслідок впливу на державні організації [5].

Узагальнивши зазначені визначення, можемо зробити висновки, що сучасні вчені відходять від поняття, запропонованого у 2002 р., та визначають основною метою адвокатування конкуренції підтримку функціонування конкурентного середовища через діяльність органів державної влади. Проте слід зазначити, що фактично лише визначення, запропоноване Міжнародною конкурентною мережею, підкреслює необхідність посилення ефективності конкуренції не тільки завдяки дії органів державної влади, але й через взаємодію з іншими учасниками ринкових відносин.

З цим насправді важко не погодитись, оскільки важливим аспектом на шляху до розвитку та покращення конкурентної ситуації на ринку є саме діяльність різних галузевих асоціацій та експертних груп. Часто вона є навіть більш ефективною, ніж діяльність органів державної влади через те, що їх учасники є більш поінформованими про те, як працює ринок зсередини.

Проаналізувавши запропоновані визначення, пропонуємо застосовувати власне альтернативне визначення: адвокатування конкуренції – це система превентивних заходів антимонопольних органів, вжиття яких відбувається окремо та у взаємодії з іншими органами влади та бізнес-асоціаціями задля досягнення ефективного конкурентного середовища в державі.

З огляду на це та те, що, попри безумовно значний позитивний вплив, адвокатування конкуренції та усвідомлення її переваг недостатньо для того, щоби конкуренція в країні розвивалась, кінцевою метою стратегії адвокатування конкуренції є формування такої системи, у якій держава, споживачі та підприємства завдяки повноті своїх знань будуть збалансовувати один одного, виступати запобіжниками антиконкурентних дій один одного завдяки глибокому розумінню сутності конкурентних відносин, прав та обов'язків їх учасників.

Саме тому формування системи заходів щодо реалізації стратегії адвокатування конкуренції має повноцінно охоплювати всі напрями, а саме органи державної влади, підприємницькі кола та споживачів, адже тільки так вона дасть змогу забезпечити мультиплікативний ефект проконкурентних регуляторних рішень.

У статті ми пропонуємо систему заходів, зображену на рис. 2.



Рис. 2. Система заходів реалізації стратегії адвокатування конкуренції в Україні

Джерело: розроблено автором

Відповідно до запропонованої нами схеми механізм адвокатування конкуренції в системі органів державної влади в Україні передбачає погодження та роз'яснення нормативно-правових актів, надання адресних рекомендацій органам державної влади щодо запровадження ними регуляторних інститутів, відкриту дискусію по антиконкурентних справах та аргументацію прийнятих Антимонопольним комітетом України рішень, їх експертизу, а також різноманітні освітні заходи, такі як тренінги, майстер-класи, організація дискусійних платформ від онлайн-майданчиків до тематичних конференцій [10].

Адвокатування конкуренції в підприємницьких колах – це зазвичай набір класичних заходів антимонопольних органів, представлених рекомендаціями, що надаються суб'єктам господарювання, круглими столами, поширенням кращих практик та підписанням правил професійної етики.

Щодо адвокатування в середовищі споживачів, то тут цікавою, на нашу думку, є практика, запроваджена у США. Адвокатування конкуренції в середовищі споживачів у США має всеохоплюючий характер та спрямована навіть на найменших споживачів, майбутніх активних учасників ринкових відносин.

Основна місія, яку намагається виконати антимонопольне відомство США, полягає в тому, що будь-яка інформація потребує додаткової перевірки, тобто інформація потребує її пошуку.

Крім цього, ФТК активно використовує сучасні інформаційні канали. Так, регулятор має свій блог, який формально поділений на дві частини, такі як бізнес-блог та блог для споживачів, та активно використовує такі соціальні мережі, як «Twitter», «Facebook» та «YouTube».

Таким чином, інформація, що надається антимонопольним відомством, є легкою, доступною та передається через сучасні інформаційні канали, тому вона є легкою для сприйняття всіма учасниками ринкових відносин, адже відомство намагається здійснити максимальне охоплення зацікавленої аудиторії. Одним із результатів вжитих заходів часто є зниження ціни за рахунок здійснення оптимального споживчого вибору через більшу поінформованість споживачів, тоді як адвокатування конкуренції, що здійснюється Антимонопольним комітетом, часто ускладнюється через те, що матеріал подається важко та

зі значним превалюванням спеціалізованих економічних термінів, що не надто добре сприймається пересічним споживачем, не говорячи про підростаюче покоління.

Саме цієї частини, на нашу думку, довгий час не вистачало у стратегії адвокатування конкуренції в Україні, адже так чи інакше споживачі усвідомлюють свою роль на ринку, вони знають, що певні види товару підлягають поверненню, що етикетку необхідно уважно читати, що не завжди та інформація, що так красномовно подається нам у рекламі, є достовірною, часто більшість споживачів знає це на підсвідомому рівні, тоді як підприємець-початківець, який не має штату досвідчених юридичних консультантів, не завжди може усвідомлювати, що деякі умови, які надиктовуються більш досвідченими постачальниками або навіть органами державної влади, є такими, що обмежують конкуренцію на ринку.

Адвокатування конкуренції в Україні – це відносно новий напрям конкурентної політики, який потребує подальшого розвитку. Формальними механізмами адвокатування, зазначеними АМКУ у своєму щорічному звіті, є:

- 1) надання рекомендацій та пропозицій регуляторам, органам влади;
- 2) ініціатива перед Президентом України, Урядом щодо необхідності внесення змін до діючої нормативно-правової бази;
- 3) внесення пропозицій до Верховної Ради України щодо формування конкурентної політики в різних сферах економіки;
- 4) погодження проєктів нормативно-правових актів та інших рішень органів влади та місцевого самоврядування, які можуть вплинути на конкуренцію;
- 5) надання рекомендаційних роз'яснень учасникам ринків, вжиття комунікаційних заходів [9].

Серед основних неформальних механізмів, які використовує АМКУ на сучасному етапі, слід назвати регулярні публікації на офіційному сайті АМКУ, конференції, круглі столи, брифінги, семінари з проблемних питань, гарячу лінію з питань державної допомоги, інформаційний дайджест, публікації в офіційних виданнях.

Показником ефективного застосування адвокатування конкуренції можна вважати кількість справ, що перебувають на

розгляді в антимонопольному відомстві. В Україні ця цифра є досить великою порівняно зі справами, що розглядаються у країнах Євросоюзу та США.

Позитивним аспектом адвокатування в Україні стає все більша діджиталізація взаємодії органу із суспільством.

Так, у 2018 р. АМКУ було проведено 124 електронні консультації, розглянуто 97 звернень через сторінку АМКУ у «Facebook» (кількість читачів якої зросла порівняно з 2016 р. більш ніж на 54%), щомісячно на офіційній сторінці АМКУ розміщується більше 35 000 публікацій [14].

Слід зазначити, що, попри те, що нині органами АМКУ проводиться колосальна робота з адвокатування конкуренції, важко не підкреслити деякі суттєві недоліки, які вже давно виправили антимонопольні відомства інших розвинутих країн, перш за все доступність інформації, що подається органами. Нині вся інформація, що поширюється АМКУ, спрямована здебільшого на бізнес-середовище й не охоплює потреби пересічних споживачів. Більш того, результатом цього може стати поширення інформаційної асиметрії на ринку.

Саме тому найперше, що можна перейняти від зарубіжних колег, так це неформальність подачі інформації та використання більш сучасних каналів поширення, адже насправді поняття конкурентної політики для середньостатистичного українця досі залишається незрозумілим.

**Висновки і пропозиції.** Адвокатування конкуренції – це важливий механізм протидії поширенню порушень законодавства про захист економічної конкуренції, розвитку проконкурентної свідомості учасників ринкових відносин та боротьби з інформаційною асиметрією на ринку. Адвокатування має одночасно охоплювати всі напрями конкурентної політики держави, адже лише так можна сформувати таку стратегію адвокатування конкуренції, кінцевою метою якої буде формування системи, в якій держава, споживачі та підприємства завдяки повноті своїх знань будуть збалансовувати один одного, виступати запобіжниками антиконкурентних дій один одного завдяки глибокому розумінню сутності конкурентних відносин, прав та обов'язків їх учасників.

### Література:

1. Герасименко А. Конкурентна політика: економічний зміст та напрями вдосконалення. *Стратегія розвитку України*. 2014. С. 27–33.
2. Филлок Г. Конкурентна культура в системі заходів конкурентної політики. *Економічна теорія*. 2011. С. 46–58. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28468/04-Fyliuk.pdf?sequence=1> (дата звернення: 07.03.2020).
3. Лагутін В. Конкурентна політика держави: механізм реалізації. *Вісник КНТЕУ*. 2016. С. 22–37. URL: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2016/04/3.pdf> (дата звернення: 07.03.2020).
4. Stucke M.E. Better competition advocacy. *St. John's Law Review*. 2008. Vol. 82. No. 3. P. 951–1036.
5. Щербак Т. Модифікація конкурентної політики при умови трансформації економічних відносин. *Економіка України*. 2016. № 4 (645). С. 45–56.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.03.2020).
7. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: <http://www.amcu.gov.ua/amku/docscatalog/document?id=130996&schema=main> (дата звернення: 10.03.2020).
8. Advocacy and competition policy. Report prepared by the Advocacy Working Group ICN's Conference Naples, Italy, 2002. URL: <http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc358.Pdf> (дата звернення: 10.03.2020).
9. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: <http://www.amcu.gov.ua/amku/control/chg/uk/publish/article/82635> (дата звернення: 10.03.2020).

10. Масько А. Інститут державної влади в системі конкурентних відносин : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.01. Київ, 2020. 23 с.
11. Sofia Competition Forum. Guidelines for implementing competition advocacy. URL: [unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb\\_SCF\\_AdvocacyGuidelines\\_en.pdf](https://unctad.org/meetings/en/Contribution/ccpb_SCF_AdvocacyGuidelines_en.pdf) (дата звернення: 10.03.2020).
12. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: [https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2016/AMCU\\_2016.pdf](https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2016/AMCU_2016.pdf) (дата звернення: 10.03.2020).
13. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: [https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2017/AMCU\\_2017.pdf](https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2017/AMCU_2017.pdf) (дата звернення: 10.03.2020).
14. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. URL: [https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2018/AMCU\\_2018.pdf](https://amcu.gov.ua/storage/app/sites/1/Docs/zvity/2018/AMCU_2018.pdf) (дата звернення: 10.03.2020).

### References:

1. Gherasymenko A. (2014) Konkurentna polityka: ekonomichnyj zmist ta naprjamy vdoskonalennja. [Competition policy: economic content and areas for improvement] magazine Strategy of Development of Ukraine, pp. 27–33.
2. Fyluk G. (2011) Konkurentna kuljtura v systemi zakhodiv konkurentnoji polityky. [Competitive culture in the system of competition policy measures] Journal of Economic Theory, pp. 46–58. Available at: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28468/04-Fyliuk.pdf?sequence=1> (accessed 07 March 2020).
3. Laghutin V. Konkurentna polityka derzhavy: mekhanizm realizaciji. [State competition policy: a mechanism for implementation]. KNTU Bulletin, pp. 22–37. Available at: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2016/04/3.pdf> (accessed 07 March 2020).
4. Stucke M. (2008) Krashhe zakhyst konkurenciji [Better competition advocacy]. *St. John's Law Review*, vol. 82, no. 3, pp. 951–1036.
5. Shcherbakova T. (2016) Modifikatsiya konkurentnoy politiki pri uslovii transformatsii ekonomicheskikh otnosheniy [Modification of competition policy subject to the transformation of economic relations]. Scientific journal “Economics of Ukraine”, vol. 4, no. 645, pp. 45–56.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny (2019). Demografichna ta socialjna statystyka. Rynok praci. Zajnjatistj ta bezrobittja [Demographic and social statistics. Labor market. Employment and unemployment], Kyiv : Informatsiino-analitychne ahentstvo (accessed 10 March 2020).
7. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2016). Pravyla profesijnnoji etyky u konkurenciji shhodo chesnosti ta prozorosoti rozdrbnogho rynku paljnogho v Ukraini. [Rules of professional ethics in competition on fairness and transparency of the Ukrainian fuel retail market], Kyiv : Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed 10 March 2020).
8. Advocacy Working Group ICN's (2002). Advokacija ta polityka konkurenciji. [Advocacy and competition policy]. Naples, Italy, 2002 Available at: <http://www.internationalcompetitionnetwork.org> (accessed 10 March 2020).
9. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2017). Advokatuвання konkurenciji. [Competition advocacy], Kyiv : Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed 10 March 2020).
10. Mas'ko A. (2020) Instytut derzhavnoji vlady v systemi konkurentnykh vidnosyn. [Institute of State Power in the System of Competitive Relations], Kyiv. KNTU.
11. Sofia Competition Forum (2012). Kerivni pryncypy shhodo zdys-nennja konkurenciji [Guidelines for implementing competition advocacy], Sofia : Bulgarian Commission on protection of competition.
12. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2016). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).
13. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2017). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).
14. Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (2018). Richnyj zvit. [Annual report], Kyiv, Antymonopol'nyy Komitet Ukrayiny (accessed: 10 March 2020).

**Аннотация.** В статье исследованы основные факторы, влияющие на низкий уровень эффективности конкурентной политики в Украине. Среди них особое внимание акцентировано на воздействии недостаточной конкурентной культуры большинства экономически активного населения Украины, что значительно усиливается отсутствием прозрачных информационных потоков в экономике. Одним из основных превентивных методов борьбы с информационной асимметрией является адвокати́рование конкуренции. Именно поэтому в статье отдельное внимание уделено именно определению понятия адвокати́рования известными учеными-экономистами. Сделан вывод о том, что каждое из представленных определений имеет конкретно определенную автором цель адвокати́рования и субъекты реализации, что часто идет в разрез с государственной конкурентной политикой нашего государства. На основе исследованной и проанализированной информации в статье предложено авторское определение адвокати́рования конкуренции, которое, по мнению автора, наиболее соответствует конкурентной политике в Украине.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентная политика, конкурентная культура, адвокати́рование конкуренции, информационная асимметрия.

**Summary.** The article investigates the main factors that influence the low level of effectiveness of competition policy in Ukraine. Among them, special attention is paid to the influence of the lack competitive culture majority of economically active population of our country, which is greatly enhanced by the lack of transparent information flows in the economic system of Ukraine. The reason for the low competitive culture is the author's history of our country, when the competition was hostile and with a certain amount of distrust. Competition advocacy is considered one of the main preventive methods of combating information asymmetry in modern society. That is why the article investigates the concept of competition advocacy. Often, lawyers explain competition advocacy as seen as a system of methods of influence solely by public authorities. However, according to the author, this statement is far from true. After all, only interaction, synergy can lead to a positive result. That is why the article focuses specifically on defining the apprehension of advocacy by prominent economists. It is concluded that each of the presented definitions carries a definite purpose of advocacy and subjects of its implementation, which in many cases goes against the state competition policy of our state. That is why, based on the researched and analyzed information, the article suggested the author's definition of competition advocacy, which, in the author's opinion, is most in line with the competition policy in Ukraine and focuses on the main factors, which, unfortunately, are lacking in our country today, and namely: the achievement of an effective competitive environment through the interaction of all participants in market relations. Separately, the author proposes a system of measures that, in his opinion, will help minimize the risks of information asymmetry spreading in the market and increase the efficiency of competition in Ukraine, which will be a significant step towards becoming Ukraine as a country with a new information economy and significantly improve its place in the modern political and economic life in the world.

**Keywords:** competition, competition policy, competition culture, competition advocacy, information asymmetry.