

РОЛЬ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМІТЕТУ УКРАЇНИ У ВРЕГУЛЮВАННІ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Студ. Виноградська Н.О.
Наук. керівник проф. Грицюта Н.М.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Антимонопольний комітет України (АМКУ) – це державний орган із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності. Антимонопольний комітет України здійснює свою діяльність на підставі законодавства про захист економічної конкуренції, що ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України і складається із Закону України «Про захист економічної конкуренції», Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.

Основними задачами АМКУ є:

- державний контроль за дотриманням законодавства про захист конкурентного середовища;
- припинення виявлених порушень закону, унеможливлення випадків недобросовісної конкуренції;
- контроль за регулюванням тарифів на товари, що виробляються суб'єктами монополій;
- сприяння розвитку доброзичливої конкуренції шляхом співпраці з урядом, органами місцевого самоврядування та підприємствами;
- надання роз'яснень з приводу застосування законодавства про захист економічної конкуренції та здійснення офіційного тлумачення власних нормативно-правових актів.

Ще однією не менш важливою функцією Антимонопольного комітету є врегулювання використання оманливої, порівняльної та прихованої реклами в українському медійному середовищі. На думку АМКУ, наведені типи неетичної реклами шкодять вільній економічній конкуренції, вводять споживачів в оману, створюючи неправильне враження щодо продуктів та послуг суб'єктів виробництва.

ЗУ «Про рекламу» визначає порівняльну рекламу як таку, що «містить порівняння з іншими особами та/або товарами іншої особи». Ставлення до порівняльної реклами в Україні й врегулювання проблем конкурентного середовища, що вона провокує, зазначено у ст. 11 ЗУ «Про рекламу»: «Відносини, які виникають у зв'язку з порівняльною рекламою, регулюються законодавством про захист від недоброзичливої конкуренції, а рішення щодо визнання реклами неправомірною приймають відповідні органи державної влади», серед яких перше місце належить саме АМКУ.

Активна діяльність АМКУ проти оманливої реклами розпочалася після набуття чинності статті 15-1 ЗУ «Про захист від недоброзичливої конкуренції». Поширення інформації, що вводить в оману, визначене у цій статті як один із засобів отримання неправомірних переваг у конкурентній боротьбі, а отже її дозвіл чи заборона належить саме до компетенції Антимонопольного комітету. Таким чином, АМКУ контролює появу оманливої реклами та забороняє її, застосовуючи штрафні санкції для порушників.

В даному випадку роль АМКУ полягає у вирішенні суперечок між споживачами та рекламодавцями через неправомірне використання неетичної реклами.