



## «Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України», № 2(45)'2012 (квітень-червень).

Наукове, правове видання з питань економіки і бізнесу.

**Періодичність:** щоквартально.  
Заснований у січні 2002 року

### Засновники:

Антимонопольний комітет України,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Київський національний торговельно-економічний університет,  
Інститут держави і права ім. В.М.Корецького  
Національної академії наук України,  
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування  
Національної академії наук України»,  
Міжнародна громадська організація «Міжнародний Економічний Комітет»

Зареєстрований 17. 09. 2009. Свідоцтво Міністерства  
юстиції України № 15763\_4235 ПР, серія КВ

Рекомендовано Вченою радою факультету економіки,  
менеджменту та права Київського національного  
торговельно-економічного університету,  
протокол № 9 від 25.04.2012

### Редакційна рада:

**БЕЛОУСОВА Ірина Анатоліївна** – Голова Ради, к.е.н., заступник голови  
Комітету Верховної Ради України з питань економічної політики, народний  
депутат України

**ГЕСЦЬ Валерій Михайлович** – Віце-президент НАН України, директор  
Державної установи «Інститут економіки та прогнозування НАН України»,  
академік Національної академії наук України, заслужений діяч науки і техніки  
України, лауреат Державної премії України у галузі науки і техніки

**ЗАВАДА Олександр Леонідович** – Президент Української федерації  
убезпечення, Голова Громадської ради при Антимонопольному комітеті  
України

**ШАРОВ Ігор Федорович** – народний депутат України, голова депутатської  
фракції Народної Партії

**ШЕМШУЧЕНКО Юрій Сергійович** – д.ю.н., проф., директор Інституту  
держави і права ім. В.М.Корецького НАН України, ректор Київського  
університету права НАН України, академік Національної академії наук  
України, іноземний член Російської академії наук, заслужений діяч науки і  
техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

### Редакційна колегія:

**Кузьмін Р.І.** – к.ю.н., перший заступник Голови Антимонопольного комітету  
України – державний уповноважений

**Бараш М.Я.** – державний уповноважений Антимонопольного комітету  
України

**Арнаут Н.П.** – головний редактор

**Валітов С.С.** – д.ю.н., голова Донецького обласного територіального  
відділення Антимонопольного комітету України

**Галантич М.К.** – д.ю.н., заступник директора з наукової роботи Науково-  
дослідницького інституту приватного права і підприємництва Академії  
правових наук України

**Довгерт А.С.** – д.ю.н., проф., завідувач кафедри міжнародного приватного  
та митного права Інституту міжнародних відносин КНУ імені Тараса  
Шевченка

**Козяков С.Ю.** – к.ю.н., доцент кафедри міжнародного приватного та  
митного права Інституту міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка

**Коломієць І.Ф.** – д.е.н., голова Львівського обласного територіального  
відділення Антимонопольного комітету України

**Кузнєцова Н.С.** – д.ю.н., професор кафедри цивільного права КНУ імені  
Тараса Шевченка, академік Національної академії правових наук України

**Лагутін В.Д.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної теорії та  
конкурентної політики КНТЕУ

**Мамутов В.К.** – д.ю.н., проф., академік НАН України, академік Академії  
правничих наук України, директор Інституту економіко-правових досліджень  
НАН України, заслужений діяч науки і техніки, директор Інституту  
економіко-правових досліджень НАН України

**Мазаракі А.А.** – д.е.н., проф., ректор КНТЕУ, член-кореспондент Академії  
педагогічних наук України

**Олуйко В.М.** – д.н. держ. упр., проф. Національної академії державного  
управління при Президенті України, голова Хмельницького обласного  
територіального відділення Антимонопольного комітету України

**Подцерковний О.П.** – д.ю.н., проф., завідувач кафедри господарського  
права і процесу Національного університету «Одеська національна  
юридична академія», член-кореспондент Національної академії правових  
наук України

**Старостіна А.О.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародної економіки  
економічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка

**Червоньов Д.М.** – д.е.н., проф., кафедри менеджменту інноваційної  
та інвестиційної діяльності економічного факультету КНУ імені Тараса  
Шевченка, директор Інституту менеджменту та фінансів при КНУ імені  
Тараса Шевченка, член-кореспондент Академії педагогічних наук України,  
заслужений діяч науки і техніки України

**Швец В.Г.** – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку та аудиту економічного  
факультету КНУ імені Тараса Шевченка

**Щербина В.С.** – д.ю.н., проф., завідувач кафедри господарського права  
юридичного факультету КНУ імені Тараса Шевченка, академік Національної  
академії правових наук України

Відповідно до постанови Президії Вищої Атестаційної Комісії України від 10 грудня  
2003 року № 2-05/10 статті рубрики «Наукові дослідження» зараховуються як фахові  
при розгляді дисертацій в галузі економічних наук окремо в кожному конкретному  
випадку за поданням спеціалізованої комісії.

Відповідно до постанови Президії Вищої Атестаційної Комісії України від 15 грудня  
2004 року № 5-05/11 статті рубрики «Наукові дослідження» зараховуються як фахові  
при розгляді дисертацій в галузі юридичних наук окремо в кожному конкретному  
випадку за поданням спеціалізованої комісії.

## ЧИТАЙТЕ В НОМЕРІ:

**Вісник Антимонопольного комітету України**  
**Шершун С.** Інституційні основи правового захисту  
в сфері державних закупівель.....2

Україна та ООН посилюють співпрацю.....6

**Актуальні питання**  
Конкуренція на ринках телекомунікацій  
в національному та міжнародному контексті .....7

**Вісті з регіонів**.....10

**Наукові дослідження (економіка)**  
**Іщенко О.** Оцінка стійкості підприємств як підґрунтя  
підвищення їх конкурентоспроможності.....12  
**Ланде Д., Безулик В.** Конкурентна розвідка як  
технологічний підхід при здійсненні антимонопольної  
діяльності.....18

**Гуменюк В.** Конкурентоздатність туристичного  
господарства України на тлі глобальних тенденцій в цій  
сфері.....26

**Алоян А.** Соціальний капітал як фактор розвитку  
конкурентного середовища.....32

### Міжнародна академія

**Кузьмін Р.** Система смягчення штрафів в Законі О запре-  
щени частної монополізації и обеспечени честных  
сделок международном уровне (переклад з японської).....35

### Про правила конкуренції

Постанова Кабінету Міністрів України Про  
затвердження Порядку надання Кабінетом Міністрів  
України дозволу на узгоджені дії, концентрацію суб'єктів  
господарювання.....38

Порядок надання Кабінетом міністрів України дозволу на  
узгоджені дії, концентрацію суб'єктів господарювання.....39

**Рішення**.....42

**АМКУ роз'яснює**.....47

### Судова практика

Особливості неправомірного використання позначень  
як однієї з основних форм неправомірного використання  
ділової репутації суб'єкта господарювання.....49

### Досвід

**Помазуєва Н., Кузьменко Л.** Обленерго ущемлює  
інтереси споживачів Херсонської області.....53

**Базік О.** Вантажоперевезення залізничними під'їзними  
коліями. Практика застосування законодавства про захист  
економічної конкуренції.....57

### Офіційний відділ

Україна та Йорданія: пріоритетні  
напрямки співробітництва.....60

У Баку обговорили актуальні проблеми конкуренційної  
політики країн СНД .....61

**Призначення**.....63

Журнал видається українською та російською мовами.  
Видавець: Антимонопольний комітет України  
Адреса: 03035, м. Київ, вул. Урицького, 45,  
тел.: 251-62-62, 251-62-32, факс: 251-62-91  
Адреса редакції: 03035, м. Київ, вул. Урицького, 45, к. 915,  
тел.: 251-62-45, 251-61-66, тел./факс: 520-08-28.  
Підписано до друку 25.04.2012 р.  
Формат папіру 64x90/8. Друк офсет. Папір офсетний.  
Умов. друк. арк. — 8,5. Обл. — вид. арк. 8, 15. Зам. № 424.  
Видавництво «ІНФОДРУК».  
м. Київ, вул. М. Шпака, 2, тел.: (044) 456-68-83.

© Антимонопольний комітет України, 2012



**Дмитро Ланде**  
доктор технічних наук,  
завідуючий відділом  
спеціалізованих засобів  
моделювання  
Інституту проблем реєстрації  
інформації НАН України



**Володимир Безулик**  
завідувач наукового відділу  
дослідження товарних  
ринків Центру комплексних  
досліджень з питань  
антимонопольної політики

У статті наведено концептуальні засади та приклади застосування досвіду, технологій, методів, прийомів конкурентної розвідки для вирішення завдань, що виникають при здійсненні антимонопольної діяльності.

Ключові слова: конкурентне середовище, конкурентна розвідка, антимонопольна діяльність, контент-моніторинг, веб-простір, інформаційно-аналітична система.

The article presents a conceptual framework and examples of practices, technologies, methods, techniques, competitive intelligence to solve problems arising in the implementation of antitrust activity.

Key words: competitive environment, competitive intelligence, competition activities, content monitoring, web space, information-analytical system.

## КОНКУРЕНТНА РОЗВІДКА ЯК ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ПРИ ЗДІЙСНЕННІ АНТИМОНОПОЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні спостерігається реальний дефіцит оперативної ринкової інформації, зумовлений як слабкими комунікаціями між окремими органами влади, так і неповнотою, неточністю відповідних офіційних баз даних. Як альтернатива, існує величезний інформаційний ресурс – веб-простір.

Цей ресурс, на жаль, має багато недоліків. Серед них: неповнота, засилля реклами, наявність недостовірної інформації. Очевидно, що незважаючи на такі переваги, як оперативність і широке охоплення інформації, цей ресурс не може бути єдиним доказом, проте не можна виключати його застосування. Оперативність, властива веб-середовищу, має вирішальне значення, зокрема, при реалізації концепції управління OODA (СОРД), також відомої як цикл Бойда. Абревіатура OODA означає «Спостереження – Орієнтація – Рішення – Дія» [1]. Концепція СОРД у всьому

світі широко використовується в управлінні інформаційним протиборством, запобіганні інформаційним операціям [2]. Очевидно, і в антимонопольній діяльності ця концепція може і повинна застосовуватися шляхом реалізації центрів швидкого реагування на монопольні прояви.

Зважаючи на величезну кількість інформаційного «шуму» матеріали з веб-простору досить важко опрацьовувати (оперативно знаходити, узагальнювати, оцінювати важливість, достовірність і тому подібне) експертам-аналітикам, в арсеналі яких є лише доступ до Інтернету і набір офісних програм. У цьому випадку на допомогу приходять спеціальні інформаційно-аналітичні комплекси, що агрегують дані з різних веб-сайтів і порталів, забезпечують оперативний пошук і автоматичне узагальнення інформації – системи контент-

© Д.В.Ланде, В.О.Безулик, 2012



моніторингу. Як виявилось, подібні ресурси широко і вже давно використовуються бізнес-структурами в конкурентній розвідці.

Загальновідомо, що антимонопольна діяльність – це комплекс заходів, спрямованих на обмеження діяльності монополій у рамках усєї держави, а також створення відповідного законодавства, в той час як конкурентна розвідка спрямована на підвищення конкурентоспроможності лише окремих суб'єктів господарювання. І одним з інструментів для проведення такої діяльності може бути конкурентна розвідка, її досвід, методи, прийоми. Наведемо загально визнане трактування поняття конкурентної розвідки, опубліковане у Вікіпедії: «Конкурентна розвідка (англ. Competitive Intelligence) – збір і обробка даних з різних джерел для вироблення управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності комерційної організації, що проводяться у рамках закону і з дотриманням етичних норм (на відміну від промислового шпигунства); а також структурний підрозділ підприємства, що виконує ці функції» [3]. Дуже важливо, що з самого початку цілі і завдання конкурентної розвідки розраховані на легітимну діяльність відповідних інформаційних структур, а ведення конкурентної розвідки передбачене виключно у рамках закону [4].

Конкурентна розвідка застосовується в бізнес-структурах для вирішення таких

основних завдань:

- 1) збір інформації і своєчасне інформаційне забезпечення керівництва комерційних компаній;
- 2) виявлення чинників ризику, загроз бізнесу компанії;
- 3) виявлення чинників, що впливають на отримання компанією конкурентних переваг;
- 4) вироблення прогнозів і рекомендацій, урахування впливу конкурентного середовища на бізнес компанії;
- 5) посилення сприятливих і локалізація несприятливих чинників конкурентного середовища.

Відповідно до Закону України «Про Антимонопольний комітет України» [5] (стаття 3) до основних завдань АМК України належать контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання і регулюванням цін та реалізація контролю в області створення конкурентного середовища і захисту конкуренції у сфері державних закупівель. Відповідно до цього приватні завдання конкурентної розвідки можуть бути узагальнені для практичного використання у діяльності АМК України таким чином:

- 1) збір інформації і своєчасне інформаційне забезпечення органів АМК України;
- 2) виявлення чинників ризику, погроз конкурентного середовища держави;
- 3) виявлення чинників, що впливають

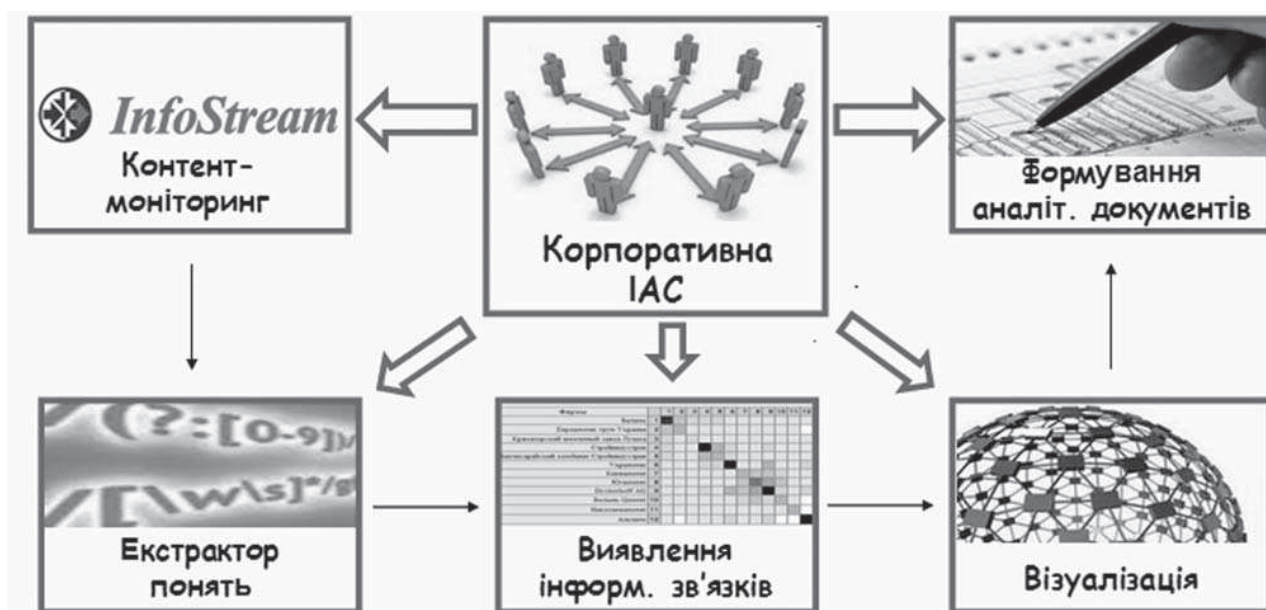


Рис. 1. Замкнена схема взаємодії ринкової і віртуальної реальності



на отримання окремими компаніями монопольних переваг;

4) вироблення прогнозів і рекомендацій, що впливають на розвиток конкурентного середовища;

5) посилення сприятливих і локалізація несприятливих чинників для розвитку конкурентного середовища.

За методами конкурентної розвідки, яка стає сучасним напрямком дослідження поведінки конкурентів на ринку, традиційно створюють альтернативні моделі ринку для визначення характеристик його учасників та оптимізації тактики і стратегії розвитку суб'єктів господарювання на певних ринках. Забезпечення таких цілей потребує використання ефективних прийомів роботи з інформацією та її елементами. У такому розумінні інформація стає об'єктом (системою) процесу дослідження ринку і створення його моделі.

Усі наведені завдання реалізуються у рамках замкненої схеми взаємодії ринкового середовища і віртуального інформаційного простору (рис. 1). Як відомо, ринкова реальність знаходить своє віддзеркалення у віртуальному інформаційному просторі, саме з ним працюють експерти-аналітики, які готують інформацію, прогнози для осіб, що приймають рішення (ОПР), які у свою чергу забезпечують цілеспрямований вплив на ринкове середовище.

Відповідно до загальноприйнятої теорії розвідувальної інформації, основним принципом, покладеним в основу розвід-діяльності як різновиду інформаційної роботи, є чіткий розподіл таких понять, як дані, інформація і знання. Під даними розуміють «сирі», необроблені відомості, що базуються на фактах. Це можуть бути статистичні дані, факти з біографії або зведення з фінансової звітності підприємства. Інформація є вже певним чином відібраними, обробленими та проаналізованими даними. Кінцевим же інформаційним продуктом будь-якої розвідки мають бути знання – синтезовані висновки, рекомендації та рішення.

Інформація характеризується за допомогою якісних, кількісних і ціннісних показників.

До якісних характеристик зазвичай

належать: достовірність (чистоту), об'єктивність і однозначність інформації. До кількісних характеристик – її повноту (відсутність невизначених пропусків) і релевантність (міра відповідності поставлених питань і завдань). Ціннісними характеристиками є вартість та актуальність інформації.

Ринкова інформація, яка дозволяє визначити властивості суб'єкта господарювання як об'єкта, закономірності процесів і явищ на ринку (принципи, зв'язки, закони, рекомендації, рішення) та сформована в результаті пошуку, збору, обробки, аналізу та оцінки її елементів визначає таке поняття, як «знання щодо ринку». Головна відмінність знання від даних полягає в їх активності. Тобто поява в базі нового факту або відносин у вигляді елементу інформації змінює знання, робить з нього нове джерело корисної інформації, нове знання. Цей висновок має ключове значення для формування методів конкурентної розвідки.

Процес перетворення «сирих» даних у знання і доведення їх до кінцевих споживачів прийнято називати розвідувальним циклом. Як і в конкурентній розвідці, в антимонопольній діяльності передбачається наступна етапність:

- 1) формування мети, планування, визначення джерел інформації;
- 2) збір даних;
- 3) обробка даних: перетворення їх на інформацію;
- 4) аналіз і синтез: перетворення інформації на знання – висновки, рекомендації, прогнози;
- 5) доведення інформації до споживачів – осіб, що приймають рішення (ОПР).

Конкурентна розвідка використовує у своєму арсеналі різні засоби, найбільш розвиненими з яких є спеціалізовані інформаційно-аналітичні системи (ІАС). Типова ІАС конкурентної розвідки (рис. 2) охоплює такі компоненти, як комплекси контент-моніторингу інформації з відкритих мереж (веб-простору, соціальних, пірінгових мереж і т.п.); засоби екстрагування понять (компаній, персон, подій тощо) із повнотекстових документів, що базуються на технологіях накопичування знань «knowled-



ge discovery»; засоби побудови і візуалізації інформаційних зв'язків; виявлення аномалій, неочевидних закономірностей; формування аналітичних документів, що надаються ОПР.

Мабуть, усі вказані функціональні компоненти ІАС конкурентної розвідки можуть використовуватися і для загальніших завдань, що стоять перед органами Антимонопольного комітету України.

Інформаційно-аналітичні системи конкурентної розвідки концептуально припускають реалізацію наступних трьох принципів:

них систем конкурентної розвідки, що дозволяли б вирішувати весь наведений комплекс, поки не існує.

Змістовна частина, інформаційна база інформаційно-аналітичної системи конкурентної розвідки формується комплексом контент-моніторингу. Особливості сучасних комплексів контент-моніторингу полягають у тому, що вони повинні охоплювати величезні обсяги інформації із зростаючих у динаміці інформаційних потоків в мережах при засиллі шумової інформації, наявності



Рис. 2. Типова інформаційно-аналітична система конкурентної розвідки

- єдиний інформаційний простір взаємопов'язаних об'єктів і фактів незалежно від типу їх джерел або контенту;

- збереження зв'язків об'єктів і фактів із релевантними даними і джерелами інформації (аргументованість);

- історично-просторова модель банку даних системи, що припускає наявність в усіх об'єктах урахування атрибутів часу і місця, а також неможливість їх безповоротного видалення з системи.

Варто зазначити, що на сьогодні відомих комерційних версій повноцінних інтегрова-

великої частини слабкодосяжних ресурсів, (так званого «прихованого вебу») [6]. При цьому за допомогою комплексів контент-моніторингу у рамках конкурентної розвідки, як правило, вирішуються наступні завдання:

- моніторинг діяльності партнерів, конкурентів, регулюючих органів;

- контроль медіаприсутності та медіа-активності учасників ринків;

- знаходження інформації про учасників ринків;

- виявлення нових продуктів на ринках;



- виявлення нових гравців на ринках;
- організація ретроспективного інформаційного фонду документів для їх наступного використання в аналітичній діяльності.

Саме ці завдання разом із кількісними завданнями є визначення концентрацій, ринкових долей, цінової інформації та представляють найбільший інтерес для антимонопольних досліджень у дещо уточненій постановці для першого пункту, а саме: «моніторинг діяльності суб'єктів господарювання, їх реакції на дії регулюючих органів».

Традиційно конкурентна розвідка спирається на такі джерела інформації, як опубліковані документи відкритого доступу, що містять огляди товарного ринку, інформацію про нові технології, створення партнерств, злиття і придбання, оголошення про вакансії, виставки, конференції тощо. Тому останнім часом усе більш популярними стають бази даних на основі архівів ЗМІ, у тому числі і мережевих. У Росії, наприклад, великою популярністю користуються найбільші архівні бази ЗМІ «Інтегрум» і «Медіологія». В Україні цю нішу займає система контент-моніторингу Інтернет-ЗМІ Info-Stream. Система Info-Stream забезпечує моніторинг інформації з понад 5000 українських і зарубіжних джерел, представлених в Інтернеті. Обсяги оброблюваної інформації перевищують 80 тисяч документів за добу. Обсяг ретроспективного фонду складає понад 100 млн документів.

До розряду «прихованого вебу», відноситься, наприклад, найбільша у світі повнотекстова онлайн інформаційна система Lexis-Nexis, яка містить понад 2 млрд документів з бізнес інформації, які зберігаються в архівах до 30 років та за юридичної — понад 200 років. Щотижня до архівів додається ще 14 млн документів. На відміну від неструктурованих масивів «прихованого вебу», користувачі Lexis-Nexis можуть використовувати потужні інструменти пошуку для отримання достовірної і класифікованої інформації.

Наведемо ще один приклад зарубіжної бази даних з «прихованого вебу». Корпорація ChoicePoint нещодавно запровадила сервіс Auto TrackXP, що увійшов до списку двадцяти

найбільших «прихованих» сайтів світу (за рейтингом BrightPlanet). Auto TrackXP є базою даних обсягом у 30 ТВ, що охоплює практично усі аспекти цивільного життя США. База даних системи Auto TrackXP містить інформацію практично про кожного громадянина США.

Testprofiles.com – частина ChoicePoint Online – містить особисті характеристики і зведення про компетентність громадян США. Наприклад, щоб визначити, чи не заволоділа людина чужими документами, на основі системи організований платний сервіс Pro-Check, що дозволяє зіставити інформацію з різних джерел і державних каталогів.

Для приватних любителів складання «досьє» ChoicePoint пропонує скромніший, але не менш цікавий набір сервісів. Підозрілі пацієнти за допомогою Doctor check мають можливість самостійно вибрати або перевірити кваліфікацію лікарів 40 різних спеціалізацій. Звіт, що отримується за допомогою системи, може, наприклад, служити страховій компанії приводом для відмови у видачі полісу. Система широко використовується як легальний інформаційний ресурс для завдань конкурентної розвідки.

В Україні і в інших країнах СНД популярні такі бази даних, як, наприклад, російська база даних «Лабіринт», (складена на основі публікацій провідних бізнес-видань, за її допомогою можна отримати інформацію про конкретних осіб, організації і компанії), бази даних «Компас», «Каре», «Жовті сторінки», національні представництва таких відомих світових брендів, як Dun & Bradstreet, Creditreform, Europages тощо.

До російських систем конкурентної розвідки належать: інформаційно-аналітичні системи «Медіологія», «Інтегрум», Avalanche, «Тренд», «Семантичний архів», «Аналітичний кур'єр», «Астарта», «Галактика-Zoom», «Аналітик-2», Intellectum Bis, «Артефакт», інформаційно-програмні комплекси «Аріон», X-Files 2004, Cronos та ін.

На українському ринку в цьому сегменті представлені системи «Сфера», InfoStream, X-Scif та ін. Не усі з названих систем є доступними і необхідними. В той же час, окремі завдання конкурентної розвідки можуть бути частково вирішені цілком доступними



Документ по запросу

Укррудпром 2011. 10.25.09:56  
http://www.ukrudprom.ua/digest/AMKU\_nashe\_vrediteley.html

Сохранить  
Распечатать  
Отправить

## AMKU нашел вредителей

[ Экономические известия, No 186, 25 октября 2011 ]

Гречневый ценовой коллапс стал новостью номер один среди покупателей. Теперь же нашлись и виновники событий полугодовой давности.

Антимонопольный комитет Украины (AMKU) оштрафовал восемь предприятий в целом на 590 тыс. грн. за антиконкурентные согласованные действия на рынке гречневой крупы. Как сообщают в Антимонопольном комитете, в частности, к ответственности привлечены такие субъекты хозяйствования, как "Родной продукт" (ТМ "Хуторок"), "Сельхозсервис" (ТМ "Фабрика круп"), ДП "Крупозавод Озерянка" (ТМ "Озеряночка"), "Сквирский комбинат хлебопродуктов" (ТМ "Сквирянка"), ЗАО "Нива" (ТМ "Добродия"), КП "Белоцерковхлебопродукт", фермерское хозяйство "Дар земли", ДП "Новоукраинский комбинат хлебопродуктов" ГАК "Хлеб Украины". Как установил AMKU, с января по февраль 2010 г. указанные субъекты хозяйствования безосновательно одновременно повысили оптово-отпускные цены на гречневую крупу.

Такие действия предприятий, утверждая в комитете, привели к общему экономически необоснованному повышению цен на гречку и привели к ущемлению интересов потребителей. "В результате ответчики прекратили нарушения", - сообщается в письме комитета.

Напомним, что прошлой зимой в Украине резко выросли цены на гречневую крупу - до 20-25 грн. Кабмин решил закупить гречку в Китае, после чего цены на крупу снизились до 16-18 грн. Однако китайская гречка оказалась не дешевой. Предпродажная себестоимость продукта достигала почти \$2100/т.

О документе	
Агрпром	Рубрики (2)
Экономика Украины	
русский	Языки (1)
средний	Размер (1)
малая	Цифровая насыщенность (1)
Украина	География (2)
Китай	
Ярославский	Персоны (5)
Спастен	
Присяжнюк	
Колесник	
Арасланов	

Рис. 3. Винуватці кризи знайдені і покарані (жовтень 2011 р.)

От: 201001 До: 201002

(цен~/2/гречк) & Украина

Найдено документов - 76, страница 1 из 6

Статистика слов:  
ЦЕН - 1686954, ГРЕЧК - 4086, COUNTRY.UA - 1227403

Добавить канал

- В Запорожье гречка подорожала из-за поста?**  
Репортер Запорожжя 2010.02.26 14:11  
Подорожание продуктов питания, особенно гречки, цена которой возросла почти на 20%, объясняется повышением закупочной цены, которую запорожские покупатели не устанавливают и не контролируют.  
Похожие документы - Оригинал
- Александр Син: Да пусть они задавятся своей гречкой!**  
Политсовет 2010.02.26 12:56  
Мария Жартовская Заместитель губернатора Запорожской области Александр Син возмущен ростом цен на продукты питания в Запорожской области. В частности, за неделю стоимость продуктов выросла во всех районах области. Особенно Александра Сина возмутил рост цен на гречку. Стоимость гречки за последнюю неделю выросла на 20%, она уже в три раза дороже, чем крупа.  
Похожие документы - Оригинал
- Александр Син: Да пусть они задавятся своей гречкой!**  
Политсовет 2010.02.26 10:57  
Мария Жартовская Заместитель губернатора Запорожской области Александр Син возмущен ростом цен на продукты питания в Запорожской области. В частности, за неделю стоимость продуктов выросла во всех районах области. Особенно Александра Сина возмутил рост цен на гречку. Стоимость гречки за последнюю неделю выросла на 20%, она уже в три раза дороже, чем крупа.  
Похожие документы - Оригинал
- Обмелели молочные реки**  
Рабочая газета 2010.02.26 09:13  
Несмотря на заверения премьер-министра Тимошенко о том, что после выборов цены на продукты питания стремглав полетят вниз, этого не происходит. До 7, а то и 10 гривен за kilo подорожала в последние дни картошка.  
Похожие документы - Оригинал
- За несколько дней "гречка" в Донецкой области подорожала почти вдвое**  
Кид 2010.02.25 16:53

Информационный портрет	
Уточнить запрос	
Рубрики (7)	
Языки (2)	
Страны источников (2)	
Источники (50)	
Размер (2)	
Цифровая насыщенность (1)	
География (17)	
Персоны (16)	
Компании (21)	
AND	NOT
<input type="checkbox"/> Нива ****	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Сквирский комбинат хлебопродуктов ****	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ИПС ***	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Родной продукт ***	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Сильхозсервис **	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Сельхозсервис *	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Озерянка	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Сильгоспсервис	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Ридный продукт	<input type="checkbox"/>

Рис. 4. «Гречана криза» січня-лютого 2010 р. кризь призму системи контент-моніторингу



засобами. Використання нових підходів, а також відкритих, доступних і відносно недорогих інформаційних джерел дозволяє вже сьогодні ефективно підтримувати ухвалення управлінських рішень у тому числі і стратегічним напрямом бізнесу.

Можливості використання комплексу контент-моніторингу в антимонопольній діяльності проілюструємо на прикладі гречаного цінового колапсу на початку 2010 р. в Україні. Антимонопольний комітет України лише в жовтні 2011 р. (через півтора роки!) виявив і покарав учасників змови на ринку гречки (рис. 3), тоді як сотні користувачів системи контент-моніторингу InfoStream могли бачити фігурантів справи вже у лютому 2010 р. в «інформаційному портреті» цієї системи (рис. 4).

Безумовно, система підтримки антимонопольної діяльності, як і системи конкурентної розвідки, що використовують Інтернет як один з інформаційних ресурсів, повинні підлаштовуватися під специфіку конкретних ринків. Вона повинна включати відповідну класифікацію, гнучкі механізми пошуку, оперативну доставку даних, а також якісну оцінку інформації.

При цьому одним із найважливіших завдань аналізу інформації є визначення її достовірності, тобто фільтрація шуму та помилкової інформації. Головним

критерієм достовірності даних на практиці є підтвердження інформації іншими джерелами, що заслуговують на довіру. Після аналізу достовірності інформації має бути проведена оцінка її точності і важливості.

Умови дослідження стану ринку за допомогою електронних засобів, зокрема, при проведенні антимонопольної діяльності в Центрі комплексних досліджень з питань антимонопольної політики (надалі – Центр) [6] відповідають сучасним умовам конкурентної розвідки.

По-перше, Центр має розробляти методи та програмні засоби дослідження інформації, отриманої з відкритих джерел за законодавчими та етичними нормами.

По-друге, успіх або невдача у розв'язанні практичної задачі, створення моделі стану ринку електронними засобами, залежить від спрощення обсягу та складності інтегрованої інформації, яку необхідно обробити під час її розв'язання.

По-третє, виявлення умов досягнення успіху при дослідженні ринків, пов'язано із проблемою подолання складності доступу до інформаційних ресурсів відкритих джерел, у тому числі з Інтернету, та джерел державних і комерційних органів.

Зменшити обсяг та спростити інтегровану інформацію в Центрі можливо досягти за рахунок наступних факторів:

- оптимізація структури баз даних Центру та їх об'єднання;
- оптимізації даних при ранжуванні учасників ринку відповідно до значимих обсягів реалізації товару.

Методологія виявлення антиконкурентних дій за результатами аналізу моделі стану ринку, яка розроблена в Антимонопольному комітеті України на основі визначення кількісних та якісних показників певного ринку, має бути скорегована відносно можливостей електронних засобів Центру та методів конкурентної розвідки.

Наприклад, дані, інформацію та знання, які Центр отримає як результати досліджень, він має надавати за структурою та формами розвідувальної інформації.

Відповідно, за цими формами мають створюватися своєрідні кластери інструментальних засобів, що базуються







на спеціальних програмних та апаратних механізмах комп'ютерної і телекомунікаційної техніки.

Засоби, що застосовуються в конкурентній розвідці в мережевому середовищі, забезпечують:

- доступність частини необхідної інформації;
- величезне охоплення інформації;
- оперативність, що враховує динаміку інформаційних потоків.

У той же час, ці засоби не можуть замінити усі інструментальні засоби, необхідні для антимонопольної діяльності. Для ухвалення рішень у цій сфері потрібне використання комплексних систем, які дозволяють добувати й узагальнювати інформацію про об'єкти досліджень із різних джерел.

Конкурентна розвідка доповнює технологію пошуку даних та інформації в Інтернет просторі. Цільове екстрагування корисних понять щодо стану і розвитку товарного ринку з методами збору, збереження, обробки та аналізу даних комп'ютерної техніки, створює простір інтегрованої інформації для аналізу і формування конкурентної політики.

Конкурентна розвідка іноді не потребує детальної обробки в умовах обмеженого періоду часу та надає не знання, а просто оброблену інформацію у вигляді інформаційних довідок, які дозволяють замовнику уточнювати характеристики моделі стану ринку.

Спеціальні засоби конкурентної розвідки надають нові властивості інструментальним засобам Центру при оперативному аналізі економічної інформації в операційних процесах дослідження ринку на основі даних з Держкомстату та анкетування суб'єктів господарювання за допомогою територіальних відділень, що забезпечує об'єктивність та релевантність прогнозів щодо стану ринків.

Для розв'язання проблем дослідження ринків за допомогою методів конкурентної розвідки необхідно створювати універсальні (комплексні) інструментальні та технологічні засоби Центру з урахуванням заданих показників якості моделі стану певного ринку.

Цілі та засоби конкурентної розвідки надають більш практичні вимоги до створення нових механізмів і технологій та потребують

об'єднання різноманітних за природою методів конкурентної розвідки відповідно до різних алгоритмів дослідження.

Нові інструментальні засоби конкурентної розвідки мають використовувати потенційні можливості багаторівневої системи інформаційних джерел в Україні, глобальної світової системи інформаційних джерел та сучасної ієрархічної системи інформаційних комп'ютерних систем і мереж. ✍

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ивлев А.А. Основы теории Бойда. Направления развития, применения и реализации (монография). – М., 2008. – 64 с.
2. Горбулін В.П., Додонов О.Г., Ланде Д.В. Інформаційні операції та безпека суспільства: загрози, протидія, моделювання: монографія. – К.: Інтертехнологія, 2009. – 164 с.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Конкурентная\\_разведка](http://ru.wikipedia.org/wiki/Конкурентная_разведка)
4. Ландэ Д.В., Прищепа В.В. Школа веб-разведки // Телеком, 2007. – № 6. – С. 40-45.
5. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» // Відомості Верховної Ради (ВВР), 1993, N 50, ст.472
6. Ландэ Д.В. Затерянный веб // Телеком, 2005. – № 1-2. – С. 46-51.
7. Бараш М.Я., Ланде Д.В., Безулик В. О. Програмно-апаратний комплекс інформаційної підтримки антимонопольної діяльності // Конкуренція. Вісник антимонопольного комітету України, 2006. – № 1(20). – С. 18 - 26.

