

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

О.В.Кошман

Історія розвитку монополізму є водночас історією боротьби з ним. Монополістична практика спричинилася до суттєвих втрат у добробуті населення, та розвитку ринкової інфраструктури, результативності національної економіки. За таких умов держава була змушена стати на захист конкуренції, проводити спеціальну антимонопольну політику.

Кроком на шляху приборкання монополій стало антимонопольне законодавство. Воно було започатковано антимонопольними законами: в Канаді – 1889 р. та США – 1890 р., де був прийнятий знаменитий антитрестівський «Закон Шермана». В Європі аналогічні законодавчі акти з'являються лише в середині ХХ ст. – в Бельгії і Голландії – 1937 р., Великобританії – 1948 р., ФРН – 1957 р., Франції – 1963 р. Наприкінці ХХ ст. подібні закони існували більше, ніж в 60 країнах.

Для боротьби з монополізмом були створені спеціальні органи. У США це Федеральна торгова комісія і Антитрестівське управління міністерства юстиції, у Франції – Рада у справах конкуренції, в Японії – Комісія по справедливих операціях тощо.

Антимонопольна політика та законодавство не ставлять за мету заборону чи ліквідацію монопольних утворень. Тобто йдеться про здійснення контролю за ними з ціллю не допустити зловживань монопольним становищем. Їх генеральна мета полягає в захисті та збереженні конкуренції, що опинилися під загрозою.

Конкретно її можна сформулювати наступним чином:

- обмеження монополізму, недопущення зловживання монопольним становищем;
- підтримка і сприяння малому бізнесу;
- захист інтересів споживачів;

У світі склалися дві моделі антимонопольного регулювання:

- американська;
- японська.

Американська модель носить заборонний характер, оскільки не дозволяє створення монополій, які послаблюють конкуренцію. Це декларується двома першими статтями Закону Шермана. Так, Стаття 1 забороняє договори, об'єднання і змови, спрямовані на обмеження торгівлі. Стаття 2 забороняє об'єднання або змови з метою монополізації

[1].

Застосування антитрестівських вимог привело до розпуску на початку ХХ ст.. трестів «Стандарт ойл», «Амерікен тобекко», роздроблення в 1982 р. АТТ. Останньою гучною справою кінця ХХ ст.. став процес «США проти Мйкрософт». Міністерство юстицій 19 американських штатів звинуватили корпорацію «Майкрософт» у використанні незаконних методів боротьби з конкурентами, зокрема, в недопущенні на ринок технічних новинок інших компаній. Визнання судом корпорації «Майкрософт» монополістом на ринку операційних систем персональних комп'ютерів відкриває можливість застосування проти неї санкцій аж до примусового поділу. Нами розглянута Європейсько – японська модель, яка забороняє не саму монополію, а зловживання монополієм становом. Вона концентрується переважно на ринковій поведінці фірми – володаря монополієм становом. Таким чином вона передбачає забезпечення свободи конкуренції шляхом обмеження монополізму. При цьому сучасні підходи до антимонопольного регулювання стають все більш поблажливими і ліберальними. Закон Клейтона, прийнятий у 1914 р., стверджує, що цінова дискримінація покупців є незаконною, забороняється «примусові» угоди, згідно з якими виробник може диктувати покупцям умови реалізації своїх товарів. Перші антимонопольні законодавчі акти в Європі були прийняті в 30 – х роках ХХ ст.[2].

В Україні прийнято низку антимонопольних законів, зокрема: пред'явити Закон «Про захист економічної конкуренції» (2001 р.), Закон «Про захист від недоброякісної конкуренції» (1996 р.). Створено Антимонопольний Комітет України із досить широкими повноваженнями щодо захисту конкуренції. Закон встановлює настання монополієм ситуації за умови, що частка підприємства на ринку перевищує 35 %. Він передбачає контроль за створенням, реорганізацією фірм з метою запобігання виникненню монополієм становом.

Внаслідок діяльності антимонопольного комітету, проведено роздержавлення та приватизації вдалося суттєво знизити рівень монополізації економіки України. Станом на початок 21 ст. , він склав вже приблизно 40 %. Проте проблема монополізму і надалі залишиться актуальною В перспективі монополієм становом сектор, включно з природними монополієм становом, не повинен перевищувати 10-15 % ВВП.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях. - М.: финансы и статистика, 2001. – 384 с.
2. Савельев Є.В. Європейська інтеграція і маркетинг: Наук. Нариси. – Тернопіль: Карт – бланк, 2003. – 482 с.