

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра економічної теорії та конкурентної політики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**ЗАХИСТ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА
ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

Студентки 2м курсу 8 групи

спеціальності
073 «Менеджмент»
спеціалізації «Управління в
сфері економічної
конкуренції»

Косянюк Аліни
Ігорівни

Науковий керівник

кандидат економічних наук
доцент

Соколовська
Ірина
Петрівна

Гарант освітньо-професійної
програми

доктор економічних наук
професор

Уманців
Юрій
Миколайович

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ	
1.1. Концептуальні підходи до пояснення сутності недобросовісної конкуренції...5	
1.2 Основні форми прояву недобросовісної конкуренції в сучасній ринковій економіці.....	11
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ЗАХИСТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	
2.1. Проблеми формування нормативно-правової бази захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції.....	16
2.2 Характерні особливості форм прояву недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі в Україні.....	23
2.3 Взаємодія органів державної влади у системі захисту від недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі.....	35
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Сфера торгівлі є пріоритетною галуззю та відіграє провідну роль в розвитку економіки України. Підтвердженням цьому, насамперед, виступає значна частка торгівлі у ВВП нашої країни, що складає близько 14 відсотків. Разом з тим сфера торгівлі характеризується наявністю великої кількості правопорушень у вигляді недобросовісної конкуренції, що зменшує ефективність її функціонування в сучасних ринкових умовах. Виходячи з цього, тема дослідження є досить актуальною та потребує детального розгляду в контексті глобалізаційних та інтеграційних процесів в Україні.

Дослідженню проблеми недобросовісної конкуренції приділяють увагу багато науковців, серед яких: О. Бакалінська [4], В. Лагутін [2], О. Дерев'яненко [12], Н. Львов [22], В. Гладка [9], І. Дахно [11], З. Борисенко [6], О. Безух [5], Н. Саніахметова [41], та інші.

Метою випускного кваліфікаційного дослідження є визначення особливостей формування та застосування механізму захисту від проявів недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання на внутрішньому ринку в Україні.

Дана мета досягається за рахунок поставлених завдань:

- зробити дослідження на основі теоретичного матеріалу щодо сутності та форм недобросовісної конкуренції на етапі формування;
- провести аналіз законодавчої та нормативно-правової бази захисту від недобросовісної конкуренції;
- здійснити огляд показових справ щодо виявлених АМКУ правопорушень;
- проаналізувати взаємодію органів державної влади у системі захисту від недобросовісної конкуренції;
- розглянути світовий досвід у системі захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції;

- навести свої пропозиції щодо методів удосконалення захисту від недобросовісної конкуренції в Україні.

Об'єктом дослідження є сфера торгівлі.

Предметом дослідження є виявлення порушень у вигляді недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі в Україні та механізм захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції у сучасних ринкових умовах.

Методами випускного кваліфікаційного дослідження. Випускна кваліфікаційна робота базується на використанні системного і структурно-функціонального підходів, які застосовувалися для систематизації передумов формування механізму захисту від недобросовісної конкуренції та таких методів економічних досліджень, як емпіричні, статистичні, порівняльного аналізу, що дозволили проаналізувати тенденції кількості правопорушень як загалом, так і окремо за видами.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі і нормативні акти Антимонопольного комітету України, звіти та рішення АМКУ, Директиви ЄС, Меморандум про співробітництво, міжнародне законодавство, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених.

Теоретична значущість одержаних результатів полягає у визначенні особливостей механізму захисту недобросовісної конкуренції в Україні та перспектив застосування зарубіжного досвіду.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що основні положення випускної кваліфікаційної роботи можуть бути впроваджені в процес формування методичного забезпечення діяльності АМКУ в сфері захисту від недобросовісної конкуренції, що дозволить розширити інструментарій доведення правопорушень у сфері торгівлі України.

Публікації. Одна з основних частин випускної кваліфікаційної роботи опублікована у збірнику наукових статей магістрів «Управління і адміністрування». Частина I. – К. : КНТЕУ, 2019 [45, с. 247-252].

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та

2 додатків. Повний обсяг роботи становить 69 сторінок, із них 55 сторінок основного тексту. Випускна кваліфікаційна робота містить 4 рисунки та 6 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

1.1. Концептуальні підходи до пояснення сутності недобросовісної конкуренції

Саме по собі явище недобросовісної конкуренції не є новим. Його поява, а головне, негативні наслідки були спричинені розвитком ринкових відносин між суб'єктами господарювання, що мали на меті отримати прибутки не за рахунок власних переваг, а через напрацьований досвід своїх конкурентів.

Як зазначають численні джерела, вперше поняття «недобросовісної конкуренції» з'явилося у правових актах Франції в середині XIX ст. Дана дефініція була закріплена в Паризькій конвенції з охорони промислової власності (РТ 1994, 4/5, 19) (далі – Паризька конвенція).

У 1789 році в історичному французькому документі, що мав назву «Декларація прав людини і громадянина» було проголошено та на конституційному рівні закріплено свободу конкуренції як індивідуальну свободу кожного займатися підприємництвом, яка протягом першої половини XIX ст. переросла в безмежне зловживання. Згодом, така свобода стала не вигідною державі через постійні зловживання зі сторони виробників, які почали застосовувати жорсткі або недозволені прийоми конкурентної боротьби. Як зазначає Ж.-Ж. Бюр: «Головний принцип торгівлі і виробництва, як відомо, може бути спотворений надмірним застосуванням. Таке надмірне застосування (зловживання) є недобросовісною конкуренцією» [48, с. 15].

В результаті чого, французькі суди почали застосовувати позови про припинення недобросовісної конкуренції з метою захисту інтересів підприємців. І як Ж. Ріпер та Р. Роло зазначають про це: «Судова практика була змушена розробити теорію недобросовісної конкуренції, яка надає змогу жертві порушення правил комерції притягати порушника до цивільно-правової відповідальності» [53, с. 590].

Вагомий вплив у правовій літературі окремих країн на формування законодавчої бази захисту від недобросовісної конкуренції, та й на основі якої формувалися усі подальші визначення щодо сутності «недобросовісної конкуренції» розкривається у межах Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року.

Де у 1900 р. на Брюссельській дипломатичній конференції з перегляду Паризької конвенції про охорону промислової власності 1883 р. текст конвенції був доповнений ст. 10 bis. Пізніше текст конвенції неодноразово переглядався і сьогодні ст. 10 bis діє в наступній редакції: «Країни Союзу зобов'язані забезпечити громадянам країн-учасниць Союзу ефективний захист від недобросовісної конкуренції».

Відповідно до ст. 10 bis «актом недобросовісної конкуренції визнається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торгових справах» [29].

Також, тут наводиться перелік дій, які підлягають забороні. Серед яких є:

- Дії які можуть призвести до змішування відносно підприємства, продуктів або промислової чи торгової діяльності конкурента;
- Оманливі твердження при здійсненні комерційної діяльності, які можуть дискредитувати підприємство, продукти або промислову чи торгову діяльність конкурента;
- Вказівки або твердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності можуть ввести громадськість в оману відносно характеру, способу виготовлення, якості, придатності або кількості товарів.

Крім того, ст. 10-ter Паризької конвенції покладає на країн-учасниць обов'язок забезпечити засоби, які би дозволили підприємцям із метою захисту комерційних інтересів діяти через суд або через адміністративні органи. Необхідно зазначити, що Паризька конвенція не вимагає приймати спеціальні закони країнам-учасницям, що будуть регулювати дані питання. Це вже залишається на власний розсуд кожної країни.

Так, в Німеччині поняття недобросовісної конкуренції було представлено в ст.1 закону «Проти недобросовісної конкуренції» від 7 жовтня 1909 р.(пізніше скасований). Зокрема, ст.1 закону передбачала, що до особи, яка скоїла в діловому обороті дії з метою конкуренції, що суперечить добрим звичаям, може бути пред'явлений позов про заборону таких дій і відшкодування збитків, заподіяних ними [49]. Тривалий час дане визначення було базовим і стало моделлю для визначення недобросовісної конкуренції в конкурентному законодавстві та праві інших країн Європи.

А в Швейцарії визначення недобросовісної конкуренції розглядається як будь-яка поведінка чи комерційна практика, яка вводить в оману чи будь-яким іншим чином суперечить звичаям доброї торгівельної практики і такі, що мають місце у відносинах суб'єктів комерційної діяльності з клієнтурою [52].

Однак, на відміну від німецького й швейцарського законів, нормативні акти країн Центральної й Східної Європи вводять у дане визначення критерій заподіяння шкоди недобросовісними конкурентними діями або компанії конкурентові, або споживачам.

У Великобританії поняття «недобросовісної конкуренції» є лише частиною більш загального поняття «порушення інтересів бізнесу». Відшкодування шкоди, спричиненої порушенням інтересів бізнесу, регулюється деліктним правом [13, с. 156].

Щодо Польщі, то тут згідно із Законом «Про боротьбу з недобросовісною конкуренцією» актом недобросовісної конкуренції вважається протиправне або таке, що порушує добрі звичаї, діяння, якщо воно загрожує правам іншого підприємця або клієнта чи порушує їх [20, с. 381].

Зазначимо, що далеко не в усіх країнах поняття недобросовісної конкуренції потребує законодавчого закріплення. Наприклад, в Італії чи Франції ані законодавство, ані судова практика не містять єдиного визначення поняття недобросовісної конкуренції, в його власному розумінні. Але це не дає підстав вважати, що там відсутнє дане визначення. Натомість, нормативно-правова база цих країн включає в себе перелік відповідних проявів недобросовісних дій та

методів конкурентної боротьби, що класифікуються за певними ознаками.

Так, у Франції «недобросовісна конкуренція» розглядається як незаконне використання ділової репутації, незаконних комерційних заходів, дискредитацію підприємства-конкурента. [12].

Щодо Італії, то тут, мова йде про дії, що ведуть до змішування між товарами та підприємствами конкурентів.

В США, також не наводиться визначення недобросовісної конкуренції, яке закріплене на законодавчому рівні, а лише розміщений певний перелік дій, які кваліфікуються як недобросовісна конкуренція, при цьому перелік є вичерпним, а також перелік дій, які до таких не відносяться [13, с. 156].

Наведені вище трактування поняття «недобросовісної конкуренції» в країнах світу, стали предметом постійної уваги й зі сторони науковців. В науковій літературі існує велика кількість визначень щодо поняття недобросовісної конкуренції. Про це свідчить, виклад різного роду думок науковців з цього приводу, одні намагалися пояснити це поняття на основі аналізу та поєднання ознак окремих видів недобросовісної конкуренції, друга частина науковців трактувала цю дефініцію виходячи з точки зору розуміння економічної сутності поняття конкуренції. Але існувала інша та більш розповсюджена думка науковців. Вони намагалися осягнути суть недобросовісної конкуренції на основі передового досвіду європейських країн та США. Таким чином, думки науковців з цього приводу були викладені у Таблиці 1.1

Таблиця 1.1

Аналіз поняття «Недобросовісної конкуренції»

№ з/п	Автор	Визначення
1	2	3
1.	Ю. Свядосц	це здійснення таких дій у промислових і торговельних справах, які спрямовані на отримання майнових зисків шляхом здійснення недобросовісних, таких, що суперечать чесним правилам і звичаям дій стосовно до конкурентів у капіталістичному обігу [42, с. 170].
2.	В. Єрмоєнко	будь – яка винна дія, яка суперечить діловим звичаям, професійній етиці або добропорядності при здійсненні господарської діяльності з метою конкуренції [16, с 29].
3.	І. Дахно	це всі форми нечесного і шахрайського суперництва в комерційній діяльності [11, с. 169].
4.	Н. Саніахметова	це порушення правил поведінки, які склалися, широко застосовуються у підприємців та визнаються підприємцями як обов'язкові ділові норми, що завдає шкоди відносинам добросовісної конкуренції і свободи у підприємницькій діяльності [41, с. 169].
5.	О.Безух	виникає внаслідок неправомірного використання чужих інтелектуальних продуктів із комерційною метою, ділової репутації, інших досягнень підприємців, дискредитації підприємств, товарів чи діяльності конкурента, введення в оману споживачів стосовно конкурентів та отримання неправомірних переваг у конкуренції [5, с. 8].
6	З.Борисенко	це такі методи підприємницької боротьби, націлені на отримання переваг у конкуренції, які застосовуються через порушення чинного законодавства, професійних та етичних норм і вимог добропорядності, розумності й справедливості [6, с. 704].

Роблячи невеликий аналіз даної таблиці, варто відзначити, що думки дослідників розійшлися з приводу трактування змісту поняття, але не зважаючи на це, всі вони сходяться на тому, що недобросовісна конкуренція розглядається як форма вчинення неправомірних дій суб'єктів господарювання в процесі конкурентного змагання, внаслідок яких порушуються як права окремих суб'єктів

господарювання, так і правила, що стосується торгових та чесних звичаїв в господарській діяльності.

Розглянувши різні думки науковців щодо поняття «недобросовісної конкуренції» дають можливість сформулювати власне визначення. На нашу думку, «недобросовісна конкуренція» – будь-які цілеспрямовані дії суб'єкта ринку, які спрямовані проти конкурента, що передбачають використання різного роду недобросовісних методів у конкуренції, з метою отримання власних переваг.

Отже, можна зробити висновок, поняття недобросовісної конкуренції почало існувати ще у період розвитку ринкової економіки і ґрунтувалося на основі Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року та здійснених глибоких досліджень у сфері законодавства та практики інших держав, де поняття недобросовісної конкуренції згадується ще з середини XIX ст.

1.2 Основні форми прояву недобросовісної конкуренції в сучасній ринковій економіці

В сучасних ринкових умовах застосування нечесної практики суб'єктами господарювання стосовно конкурентів набуває широкого використання. Це просліджується насамперед через прояв різного роду форм недобросовісної конкуренції. Вони можуть відрізнятися як за розміром так і за способом застосування відповідним суб'єктом господарювання. Всі вони мають різну мету, неохоплену масштабами, для когось це отримання прибутків, збільшення кола споживачів чи просто усунення конкурента з ринку. Проте, наслідки у разі застосування таких форм, мають однаковий характер – негативний вплив на учасників ринку конкурентних відносин.

Слід звернути увагу, що на відмінну від поняття «недобросовісної конкуренції», яке вважається законодавчо визначене у деяких країнах світу, то що стосується форм недобросовісної конкуренції, тут спостерігається дещо інша

тенденція. При здійсненні класифікації форм недобросовісної конкуренції слід розглядати через призму дій суб'єктів господарювання, що містять в собі ознаки недобросовісної конкуренції. Такими ознаками є:

1. Спосіб ведення господарської діяльності господарюючим суб'єктом має реальні прояви або містить в собі певні наміри недобросовісної конкуренції;
2. Суперечить нормативно-правовим регламентаціям, положенням чинного законодавства, звичаям ділового обороту, вимогам різного роду, таких як: добросовісність, справедливість та розумність;
3. Має негативні наслідки для всіх учасників ринку;
4. Направлене на отримання певних переваг, переважно цінових, в підприємницькій діяльності таким способом, який не використовують добросовісні суб'єкти господарювання;
5. Зміна ринкового середовища, його здатність до саморегуляції та автоматичного «наведення» на певні функціональні параметри діяльності.

Наявність певних ознак недобросовісної конкуренції, дають підстави вважати дії конкурента неправомірними, що в свою чергу проявляються у різних її формах.

Так, якщо звернутися до ст. 10bis Паризької конвенції, то там вже наводиться певний перелік дій, які вважаються недобросовісними. Серед таких дій є:

- Дії які можуть призвести до змішування відносно підприємства, продуктів або промислової чи торгової діяльності конкурента;
- Оманливі твердження при здійсненні комерційної діяльності, які можуть дискредитувати підприємство, продукти або промислову чи торгову діяльність конкурента;
- Вказівки або твердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності можуть ввести громадськість в оману відносно характеру, способу виготовлення, якості, придатності або кількості товарів [29].

Відповідно, розглянемо ті дії, які знайшли своє відображення у світовій практиці, що в широкому змісті слова порушують чесні правила гри та підпадають під категорію недобросовісної конкуренції.

У світовій практиці поширеною формою недобросовісної конкуренції є неправомірне використання ділової репутації, що впливає із ст.10 Паризької конвенції, як дії, що можуть призвести до змішування відносно підприємства, продуктів або промислової чи торгової діяльності конкурента;

Так, у ФРН вона проявляється у формах, серед яких є: напад на ділову репутацію, незаконне використання праці або експлуатація репутації та порівняльна реклама.

Напад на ділову репутацію у ФРН, вважається несправедливим і виражається у зневажливому ставленні або обмовлянні товарів, послуг, дій чи комерційних обставин конкурента. Так, у Пункті 4 (8) UWG забороняється твердження або поширення фактів щодо товарів, послуг або бізнесу конкурента, які здатні спричинити шкоду бізнесу чи власнику, якщо лише ті факти можуть виявитися правдивими, тягар доказування перекладається на особу, що поширює такі факти.

Наступною формою, що також має відношення до ділової репутації, постає незаконне використання праці або експлуатація репутації. Тут, чинне законодавство забороняє введення в обіг товарів чи послуг, що є імітацією або точною копією товарів чи послуг конкурента, що ввело в оману клієнтів і викликало змішування на ринку. Щодо незаконної експлуатації репутації, де отриманні знання або документація для імітації здійснювалися невідомим шляхом, розглядається як перешкода діям конкуренції [12, с. 105].

Варто, як форму недобросовісної конкуренції, слід розглянути порівняльну рекламу. Вона буває двох типів. Існує позитивна реклама, що в свою чергу несе користь для споживача, оскільки вона інформує про високу якість товару та інші елементи, що формують позитивний імідж конкурента. Але існує і негативна реклама, що навпаки поширює інформацію про неіснуючі недоліки в продукції

конкурента та створює переваги, які отримані нечесним шляхом. Саме таку негативну рекламу прийнято розглядати як форму недобросовісної конкуренції.

Положення про рекламу у ФРН, що вводить в оману, засноване на попередньому Акті і на формулюванні директиви ЄС №2006/114/ЄС «Про рекламу, що вводить в оману та використовує порівняння»[15].

В Пункті 5 (1) UWG зазначено загальне положення про заборону всіх форм реклами, що передбачає як така, що вводить в оману.

В Пункті 5 (2) UWG наводиться перелік критеріїв, які необхідно врахувати під час визначення, чи є реклама такою, що вводить в оману. Серед таких критеріїв є: який продукт було запропоновано, обставини й умови пропозиції, рекламне твердження та будь-яка інформація, що характеризує товар чи послугу.

Що стосується порушення щодо посягання на ділову репутацію, то у Франції одними з таких дій мають назву «паразитичної конкуренції», або їх ще називають паразитування. Вони полягають в тому, що особа паразитує завдяки використанню здобутків конкурентів, тобто живе за рахунок іншої особи, використовуючи репутацію її імені, діяльності, товарів і послуг [21, с. 180].

Такі порушення містяться і в законодавстві Швейцарії називаючи їх паразитування на діяльності конкурента, що включає в себе:

- змішування з товарами, роботами та послугами підприємства-конкурента;
- змішування із самим таким підприємством [21, с. 62].

Також, що стосується посягання на ділову репутацію, то в законодавстві Франції містяться визначення як контрафакція, вона передбачає повне відтворення певного позначення, упаковки, реклами та обманну імітацію, тобто відтворення основних індивідуальних ознак певного товару чи послуги, їх позначень та упаковки [28, с. 126].

В світовій практиці найпоширенішою формою змішування вважається, коли таке змішування має на меті повне відтворення товару чи послуги, що в результаті споживачі не мають змоги відрізнити товар чи послугу від товару чи послуги конкурента.

Так, в судовій практиці Італії та Іспанії щодо встановлення факту небезпечного змішування, суди оперуються тим, чи призводять такі змішування до «неможливості чи складності встановлення різниці та як наслідок можливості неправильного вибору». Однак, така небезпека може виникнути лише в тому разі, якщо оригінальний товар характеризується новизною, новою формою чи індивідуальністю [26, с. 42].

В сучасній світовій практиці також набуло широкого використання такі недобросовісні дії, що відповідно до ч. 3 ст. 10 bis містять вказівки або твердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності можуть ввести громадськість в оману відносно характеру, способу виготовлення, якості, придатності або кількості товарів. Такі дії необхідно розглядати як форма недобросовісної конкуренції, поширення інформації, що вводить в оману. Вона передбачає поширення будь-якої інформації, що вводить в оману, є несумісним з добрими звичаями в конкуренції. Така інформація призводить до формування хибного враження від продукції чи послуг конкурента. Вважаючи, що правдивість та доступність інформації є одним з основних принципів добросовісної конкурентної практики поширення будь-якої інформації, що вводить в оману є несумісним з добрими звичаями в конкуренції. Як показує досвід ЄС це найбільш поширена і дуже небезпечна форма недобросовісної конкуренції. [4, с. 149]. Отже, неналежним чином подана інформація про товар чи послугу, призводить до збитків, що зазнають не тільки конкуренти, які поширюють правдиву інформацію, а й необізнана частина населення – споживачі.

У міжнародній практиці наводяться також інші форми недобросовісної конкуренції. Так, відповідно до Типового закону для країн, що розвиваються, про товарні знаки, найменування фірм і недобросовісну конкуренцію наводяться 12 видів недобросовісної конкуренції. Серед яких є:

1. Підкуп покупців конкурента з метою залучення їх на свою сторону як покупців;
2. Промисловий шпіонаж або підкуп службовців конкурента з метою розвідування ділової або комерційної таємниці;

3. Використання або розкриття без дозволу зведеного технічного ноу-хау конкурента;
4. Підштовхування службовців конкурента до порушення договорів про найм або залишення роботи у конкурента;
5. Погроза в сторону конкурентів подати позов за порушення патенту або товарного знака, якщо така погроза здійснюється недобросовісно і з метою скорочення товарного обігу конкурента і перешкоди конкуренції;
6. Бойкотування торгівлі для перешкоди конкуренції або її попередження;
7. Демпінг, тобто продаж нижче собівартості, з метою перешкодити конкуренції або якщо демпінг веде саме до цього наслідку;
8. Створення враження, що пропонуються незвичайно сприятливі умови купівлі, якщо це не відповідає дійсності;
9. Рабське копіювання товарів, послуг, реклами та інших характеристик комерційної діяльності конкурента;
10. Заохочення конкурента до невиконання контракту або використання такого в своїх цілях;
11. Реклама, що містить порівняння з товарами або послугами конкурента;
12. Порушення положень закону, що не мають прямого відношення до конкуренції, з метою одержання неправомірної переваги над іншими конкурентами [22, с. 42-43].

Слід зазначити, що даний перелік форм недобросовісної конкуренції не є вичерпний, оскільки ринкові відносини постійно розвиваються, що в свою чергу спонукає створювати все нові і нові форми.

Отже, поняття недобросовісної конкуренції з'явилося у правових актах Франції в середині XIX ст. Дана дефініція була закріплена в ст. 10 bis Паризької конвенції з охорони промислової власності, в якій зазначалося, що «актом недобросовісної конкуренції визнається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торгових справах». Відповідно на основі цієї дефініції почалася формуватися подальша законодавча база країн світу. Основними ознаками недобросовісної конкуренції є: спосіб ведення

господарської діяльності має реальні прояви або містить в собі певні наміри недобросовісної конкуренції; суперечить положенням чинного законодавства; має негативні наслідки для всіх учасників ринку; направлене на отримання певних переваг. Наявність таких ознак у діях господарюючих суб'єктів, свідчить про ведення недобросовісної конкуренції, що в результаті на практиці проявляється різного роду форм. Так, в зарубіжній практиці найбільш відомими формами є: неправомірне використання ділової репутації, поширення інформація, що вводить в оману, порівняльна реклама, копіювання зовнішнього вигляду, дискредитація суб'єктів господарювання.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ЗАХИСТУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

2.1. Проблеми формування нормативно-правової бази захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції

Система формування нормативно-правового забезпечення захисту від недобросовісної конкуренції в Україні бере свій відлік з прийняттям у лютому 1992 р. ВРУ Закону України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». Головна увага якого зосереджена на зловживанні монопольним (домінуючим) становищем, антиконкурентних угодах та дискримінації суб'єктів господарювання органами влади, а також розглядає методи недобросовісної конкуренції між суб'єктами господарювання.

Головною прогалиною ЗУ «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» полягала у відсутності положень, які б передбачали створення конкурентного органу. Пізніше, у листопаді 1993 р. був прийнятий новий ЗУ «Про Антимонопольний комітет України», відповідно до якого був створений АМКУ [31]. Та не менш вагомою проблемою, залишалося відсутність визначення поняття недобросовісної конкуренції на законодавчому рівні, проте наводився певний перелік форм недобросовісної конкуренції. При цьому, всі інші питання щодо забезпечення захисту від недобросовісної конкуренції вирішувалися на рівні окремих законодавчих та підзаконних актів, одним з яких був «Засади захисту від недобросовісної конкуренції».

Відтак, ситуація пов'язана із законодавством на цьому етапі, дає підстави стверджувати про недосконалість нормативно-правового забезпечення протидії недобросовісної конкуренції. Але, тим не менш, це не було нагальною проблемою, оскільки це був період коли тільки починалися формуватися

конкурентні відносини, що в свою чергу не потребували захисту від недобросовісної конкуренції. Важливим тоді було регулювання монопольної влади, що активно проявлялася на ринку товарів та послуг.

Пізніше, зі зростанням кількості новостворених підприємств, одними з причин, якого було розширення меж щодо корпоратизації та приватизації, почалися активно розвиватися прояви недобросовісної конкуренції, які потребували більш розвинутого законодавства. Так, як захист на підставі лише положення ст. 7 Закону України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» не забезпечувався належним чином.

Тому, 7 червня 1996 р. ВРУ прийняла Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі - Закон). В даному Законі на відмінну від Закону «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності» вже наводиться сформоване поняття недобросовісної конкуренції, встановленні правові принципи захисту від недобросовісної конкуренції, що стали необхідними кроками на шляху до розбудови правової демократичної держави з розвинутою економікою [34].

Необхідністю прийняття цього закону також було спричинено тим, що недобросовісна конкуренція розглядалася як окремий напрямок конкурентної практики, яка відрізнялася своєю специфікою та застосуванням, тому він і потребував індивідуального підходу.

Варто зазначити, що особливістю прийнятого Закону полягало в забезпеченні захисту як суб'єктів господарювання так і споживачів від недобросовісної конкуренції, а головну функцію контролю за дотриманням законодавства суб'єктами господарювання здійснював Антимонопольний комітет України.

Пізніше, 18 грудня 2008 р. Верховною Радою України було прийнято ЗУ «Про внесення змін до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», який було надруковано в офіційному виданні – газета «Урядовий кур'єр» від 13 січня 2009 р. [33].

Насамперед, такі зміни були необхідними, для усунення прогалин, вдосконалення норм законодавства щодо захисту від недобросовісної конкуренції, та врегулювання процесуальних норм із відповідними нормами законів про захист економічної конкуренції та про АМКУ.

Першими таким значним кроком стало врегулювання ознак поняття недобросовісної конкуренції, що адаптоване у відповідність до визначення «акта недобросовісної конкуренції» та міститься у статті 10bis Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року. Наступним кроком необхідно було здійснити зміни в застосуванні Закону.

Таблиця 2.1

Зміни до статті 2. Застосування Закону [33]

Стаття 2. Застосування Закону	Стаття 2. Застосування Закону від 18.12.2008
<p>Закон застосовується до відносин, в яких беруть участь господарюючі суб'єкти (підприємці), їх об'єднання, а також органи державної влади, громадяни, юридичні особи та їх об'єднання, що не є господарюючими суб'єктами (підприємцями), у зв'язку з недобросовісною конкуренцією, в тому числі у разі вчинення ними дій за межами України, якщо ці дії мають негативний вплив на конкуренцію на її території.</p> <p>Цей Закон не поширюється на відносини, в яких беруть участь зазначені суб'єкти, якщо результат їх діяльності проявляється лише за межами України, в разі, коли інше не встановлено міжнародним договором, в якому бере участь Україна.</p>	<p>Закон застосовується до відносин, у яких беруть участь суб'єкти господарювання у зв'язку з недобросовісною конкуренцією, у тому числі у разі вчинення ними дій за межами України, якщо ці дії мають чи можуть мати негативний вплив на конкуренцію на її території, якщо інше не встановлено міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.</p>

Відмінності в ст. 2 свідчать про виключення осіб зі сфери дії закону, що не є суб'єктами господарювання відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції». Це пов'язано з тим, що зазначені особи не беруть безпосередньої участі у відносинах економічної конкуренції, що в свою чергу не можуть вчиняти «дії у конкуренції».

Також варто зазначити, що зміни цієї статті поширюється не лише на ті дії, що мають негативний вплив на конкуренцію на території України, а й на ті, що можуть мати такий вплив.

Певні зміни відбулися і в статті 3, яка розкриває відносини пов'язані з захистом від недобросовісної конкуренції. Регулювання даних відносин здійснюється вже не на основі Законів України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про Антимонопольний комітет України», «Про зовнішньоекономічну діяльність», іншими актами законодавства, виданими на підставі законів чи постанов Верховної Ради України, а на базі Законів України «Про захист економічної конкуренції», «Про Антимонопольний комітет України», «Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року», міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Зазначені зміни відбулися і у статтях, що розкривають форми недобросовісної конкуренції. Серед яких є:

Таблиця 2.2

Зміни до статті 4 [33]

Стаття 4. Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковок	Стаття 4. Неправомірне використання позначень від 18.12.2008
<p>Неправомірним є використання без дозволу уповноваженої на те особи чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів, назв літературних, художніх творів, періодичних видань, зазначень походження товарів, що може призвести до змішування з діяльністю іншого господарюючого суб'єкта (підприємця), який має пріоритет на їх використання.</p> <p>Використання у фірмовому найменуванні власного імені фізичної особи не визнається неправомірним, якщо до власного імені додається який-небудь відмітний елемент, що виключає змішування з діяльністю іншого господар. суб'єкта (підприємця).</p>	<p>Неправомірним є використання імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інших позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта</p> <p>Використання у фірмовому найменуванні власного імені фізичної особи не визнається неправомірним, якщо до власного імені додається який-небудь відмітний елемент, що виключає змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання.</p>

Захист від недобросовісної конкуренції у статті 4 у вигляді неправомірного використання ділової репутації здійснюється вже не на основі охоронного документа, патенту на промисловий зразок чи свідоцтва на знак для товарів і послуг як це було раніше, а виходячи з першості у використанні будь-якого позначення чи сукупності позначень.

Крім того, зміни усувають вади попередньої редакції цієї статті, визначаючи можливість прямого змішування через використання не лише тотожних, але й схожих позначень, зокрема схожих торговельних марок (знаків для товарів і послуг). Виключення зі статті пов'язані з такими позначеннями, як назви літературних, художніх творів, які відносяться до об'єктів авторського права, їхнє неправомірне використання зазвичай не пов'язується з діями у конкуренції.

Важливим корективом до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» було виключення ст. 9, яка розглядала купівлю-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом. Дана стаття була виключена через те, що такі дії можливі лише при наявності монопольного домінуючого суб'єкта господарювання і за таких умов вони будуть розглядатися відповідно до ст. 13, пункту 2 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції» як зловживання монопольним (домінуючим) становищем.

Таблиця 2.3

Зміни до статті 10 [33]

Стаття 10. Схилення до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця)	Стаття 10. Схилення до бойкоту суб'єкта господарювання від 18.12.2008
Схиленням до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця) вважається спонукання конкурентом іншої особи, безпосередньо або через посередника, до відмови від встановлення договірних зв'язків із цим господарюючим суб'єктом (підприємцем).	Схиленням до бойкоту суб'єкта господарювання є спонукання його конкурентом іншої особи, безпосередньо або через іншу особу, до відмови від установаження договірних зв'язків із цим суб'єктом господарювання, до невиконання (розірвання) або виконання неналежним чином договірних зобов'язань перед цим суб'єктом господарювання.

Зазначенні зміни дали змогу розширити межі застосування цієї статті. А саме, в контексті заборонялися дії не лише, що призводили до відмови від

установлених зв'язків з контрагентом, а їй заборонялися дії, що мали на меті невиконання або виконання неналежним чином договірних зобов'язань перед цим суб'єктом господарювання. Таким чином, такі зміни дали змогу подолати прогалину пов'язану з неналежним виконанням або взагалі з невиконанням договірних зв'язків, що спричинене внаслідок спонукання зі сторони конкурента іншої особи, безпосередньо або через іншу особу.

Та, також необхідно взяти до уваги, що її положення не призводить до обмеження нормальної економічної конкуренції, оскільки кожен із суб'єктів господарювання намагається створити такі умови, що будуть вигідніші для контрагента, що у свою чергу може спонукати останнього до відмови від налагодження роботи з конкурентами відповідного суб'єкта господарювання.

Таблиця 2.4

Зміни до статті 11[33]

Стаття 11. Схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника)	Стаття 11. Схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника) від 18.12.2008
Схиленням постачальника до дискримінації покупця (замовника) є спонукання постачальника конкурентом покупця (замовника), безпосередньо або через посередника, до надання постачальником конкуренту покупця (замовника) <u>певних переваг</u> перед покупцем (замовником) без достатніх на те підстав.	Схиленням постачальника до дискримінації покупця (замовника) є спонукання постачальника конкурентом покупця (замовника), безпосередньо або через іншу особу, до застосування постачальником до покупця (замовника) невигідних умов господарської діяльності порівняно з цим чи іншими конкурентами покупця (замовника).

За рахунок внесення змін до статті 11 цього Закону було усунуто проблему пов'язану з невідповідністю назви, яка була зазначена та її змісту, оскільки надання певних переваг не може трактуватися як «дискримінація».

Розглядаючи зміни до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» варто зазначити, що вагомий вплив на формування законодавства в системі захисту від недобросовісної конкуренції відіграла стаття 15-1 Поширення інформації, що вводить в оману, що була вперше сформована та ввійшла до зазначеного закону. Положення цієї статті в основному ґрунтуються на приписах пункту 3 частини третьої статті 10bis Паризької конвенції.

Поширення інформації, що вводить в оману, розглядалася як недобросовісна конкуренція у вигляді досягнення неправомірних переваг у конкуренції. На відмінну від ст.4 даного Закону та пункту 1 частини третьої статті 10bis Паризької конвенції, коли недобросовісною конкуренцією визначаються дії у конкуренції, що можуть спричинити змішування (плутанину) стосовно господарської діяльності іншого суб'єкта господарювання, положення статті 15-1 стосуються введення в оману щодо власної діяльності відповідного суб'єкта господарювання.

Таким чином, включення ст. 15-1 до даного Закону дало змогу розширити межі законодавчої бази, тим самим було зроблені перші кроки у боротьбі з поширенням інформації, що вводить в оману.

Наступним кроком, що вплинуло на формування нормативно-правової бази захисту від недобросовісної конкуренції пов'язують з прийняттям 12 листопада 2015 року Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення прозорості діяльності Антимонопольного комітету України». Ця зміна полягала у доповненні частиною другою ст. 30 та передбачала, що «Органи Антимонопольного комітету України повинні оприлюднювати рішення за результатом розгляду справ про недобросовісну конкуренцію на офіційному веб-сайті Антимонопольного комітету України протягом 10 робочих днів з дня їх прийняття. Рішення підлягає оприлюдненню в повному обсязі, крім інформації, яка визначена інформацією з обмеженим доступом». [32]

Така зміна, виходячи із формулювання ст. 30 дала змогу не тільки вільно отримувати доступ до інформації про суб'єктів господарювання, що вчинили правопорушення пов'язані із недобросовісною конкуренцією, а й дала можливість оцінити ефективність роботи АМКУ в даній сфері.

Отже, нормативно-правова база захисту від недобросовісної конкуренції з початком розвитку ринкових відносин здійснювала кроки вперед, опираючись на проблеми, що виникали через неналежний рівень законодавства. Сьогодні в Україні також існує багато прогалин пов'язані із Законом України «Про захист від

недобросовісної конкуренції», які спричинені складністю законодавства, що полягає у процесі встановленні правопорушень та належним застосуванням.

Одними з таких, є застосування статті 6, що розглядає правопорушення пов'язані із копіюванням зовнішнього вигляду. Проблема полягає в тому, що зазначена стаття поширюється не на всі товари, а тільки на вироби і тим самим, звужує межі застосування цієї статті обумовлені за рахунок поширення захисту на риси продукції, викликані функціональним застосуванням або підлягають як об'єкти права інтелектуальної власті.

2.2 Характерні особливості форм прояву недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі в Україні

В сучасних ринкових умовах застосування нечесної практики суб'єктами господарювання стосовно конкурентів набуває широкого використання. Це просліджується насамперед через прояв різного роду форм недобросовісної конкуренції. Вони мають диференційований характер та можуть проявлятися у різних секторах економіки, особливо це має місце де рівень конкуренції є досить високий. Одним із таких сфер є торгівля, що має важливе не лише економічне, а й соціальне значення. Даний ринок, як складова і невід'ємна частина загальноукраїнського ринку, у процесі свого функціонування покликаний насамперед забезпечити стійкість населення всіма необхідними товарами.

Ринок торгівлі характеризується як ринок, де представлена велика кількість виробників та споживачів товару, що говорить про високий рівень конкуренції. Рівень, якої постійно набирає обертів і методи боротьби за споживача стають дедалі жорсткіші. Такі методи не завжди містять легалізований характер, мова йде насамперед про застосування недобросовісних дій суб'єктами господарювання. Застосування яких призводить не лише до погіршення розвитку добросовісної конкуренції між виробниками, а й створення негативного впливу на споживачів,

за рахунок зменшення якості товару, невідповідність зазначеної інформації на етикетках чи здійснення неналежним чином рекламування продукції та ін.

Варто зазначити, що такі дії можуть проявлятися у різних формах та деякі з них містяться у чинному законодавстві нашої країни. Так, відповідно до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі – Закон) визнаються недобросовісною конкуренцією такі дії, як: неправомірне використання ділової репутації суб'єктів господарювання; створення перешкод суб'єктам господарювання та досягнення неправомірних переваг у конкуренції; неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці. Всі ці правопорушення більш детально діляться на окремі статті, що представлено в Табл.2.1

Таблиця 2.5

Форми прояву недобросовісної конкуренції в Україні
ОСНОВНІ ФОРМИ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

НЕПРАВОМІРНЕ ВИКОРИСТАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ	СТВОРЕННЯ ПЕРЕШКОД СУБ'ЄКТАМ ГОСПОДАРЮВАННЯ У ПРОЦЕСІ КОНКУРЕНЦІЇ ТА ДОСЯГНЕННЯ НЕПРАВОМІРНИХ ПЕРЕВАГ У КОНКУРЕНЦІЇ	НЕПРАВОМІРНЕ ЗБИРАННЯ, РОЗГОЛОШЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ
неправомірне використання позначень, ст. 4	дискредитація суб'єкта господарювання, ст. 8	неправомірне збирання комерційної таємниці, ст. 16
неправомірне використання товару іншого виробника, ст. 5	схилення до бойкоту суб'єкта господарювання, ст. 10	розголошення комерційної таємниці, ст. 17
копіювання зовнішнього вигляду виробу, ст. 6	схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника), ст. 11	схилення до розголошення комерційної таємниці ст. 18
порівняльна реклама, ст. 7	підкуп працівника, посадової особи постачальника, ст. 13	неправомірне використання комерційної таємниці, ст. 19
	підкуп працівника, посадової особи покупця (замовника), ст. 14	
	досягнення неправомірних переваг у конкуренції, ст. 15	
	поширення інформації, що вводить в оману, ст. 15-1	

Складено автором самостійно на

основі [34]

Для кращого розуміння статей ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції», вважаємо за доцільним, більш детально розкрити кожен із наведених видів порушень та навести приклади показових справ, які найшли застосування на товарному ринку.

Згідно з ч. 2 ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», проявами недобросовісної конкуренції є дії у конкуренції, зокрема визначені 2 – 4 цього Закону.

Глава 2 цього Закону звертає увагу на проявах недобросовісних дій суб'єктів господарювання, пов'язаних з неправомірним використанням ними ділової репутації інших суб'єктів господарювання та передбачає види, які слід класифікувати залежно від об'єктів посягань та включає в себе: неправомірне використання позначень; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу; порівняльна реклама.

Головною ознакою, що об'єднує всі правопорушення які зазначені у главі 2 відповідного Закону, є наявність умисного протизаконного використання носіїв ділової репутації інформації, що здобувалася за рахунок професійних здібностей та на основі управлінського досвіду конкурента, з метою отримання переваг у конкуренції.

Першою статтею закону, яка розкриває цей блок правопорушень, полягає у неправомірному використанню позначень. Неправомірним, відповідно до ст.4 цього Закону», визнається використання імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг), рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інших позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх або схожі на них позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.

Також зазначається, що використання у фірмовому найменуванні власного імені фізичної особи не визнається неправомірним, якщо до власного імені додається який-небудь відмітний елемент, що виключає змішування з діяльністю

іншого суб'єкта господарювання. На практиці даний вид правопорушення зазнав широкого застосування органами АМКУ для захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції.

Для кращого розуміння буде доцільним навести приклад із практики АМКУ. До Комітету надійшла заява від ДП «Кондитерська корпорація «РОШЕН» щодо здійсненого порушення ПАТ «Київхліб» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції під час виробництва/реалізації кондитерського виробу – торта «Казковий ключик» [37]. Рішення 663-р від 23.11.2017 було встановлено, що дії ПАТ «Київхліб» є порушенням ст. 4 ЗУ Про захист від недобросовісної конкуренції», а саме, у використанні без дозволу (згоди) дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «РОШЕН» оформлення упаковки кондитерського виробу – торта «Казковий ключик», яке раніше почало використовувати (фотоматеріали справи наведені в Додатку А). В результаті, такі дії ПАТ «Київхліб» можуть призвести до змішування з діяльністю дочірнього підприємства «Кондитерська корпорація «РОШЕН». Комітетом було накладено штраф на суму 219 тис. грн.

Наступною формою недобросовісної конкуренції, що розглядає порушення щодо посягання на ділову репутацію є неправомірне використання товару іншого виробника. Забороняється вводити у господарський обіг під своїм позначенням товару іншого виробника шляхом змін чи зняття позначень виробника без дозволу уповноваженої на те особи. Насамперед, йдеться про розрізняльну здатність товару серед споживачів, які помилково можуть купити однаковий товар у різних продавців. І в результаті, суб'єкт господарювання, який використовує такий вид правопорушення, отримує належну репутацію на ринку та розвиває свою торгову марку за рахунок добросовісного конкурента, який при цьому витрачає значні кошти на забезпечення належної якості товару, розширення асортименту продукції.

Серед посягань на ділову репутацію знайшла своє відображення такий вид недобросовісної конкуренції, як копіювання зовнішнього вигляду виробу. Передбачає 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. Зовнішній вигляд товару є результатом творчої діяльності суб'єкта господарювання. Для створення якого необхідні додаткові матеріальні та розумові ресурси, щоб створити певні конкурентні переваги. Саме тому, будь-яке неправомірне використання зовнішнього вигляду товару призводить до погіршення репутації виробника даного товару та відтоку споживачів. При цьому важливо зазначити, що чинне законодавство не визнає копіювання зовнішнього вигляду як правопорушення за умови, якщо таке копіювання є функціонально необхідним.

Прикладом такого порушення було розглянута справа АМКУ [38], в якому Люботинський завод «Продтовари» виробляв з метою наступної реалізації горілку «Житня Преміум» та «Пшенична Преміум», використовуючи дизайн і зовнішнє зображення алкогольної продукції ДП «Українська горілчана компанія Nemiroff», а саме, використовуючи подібну кольорову гаму і назви, етикетки розміщувалися в подібний спосіб, пляшки мали однаковий вигляд, що могло призвести до змішування господарської діяльності підприємства. І в результаті, у споживачів могло скластися хибне враження, що горілка заводу виробляється компанією «Nemiroff». За висновками АМКУ, дії Люботинського заводу «Продтовари» були неправомірними у контексті використання ділової репутації конкурента, який мав пріоритет на зазначене вище оформлення та приклав значних зусиль на рекламування.

Вважається проявом недобросовісної конкуренції внаслідок неправомірного використання ділової репутації суб'єкта господарювання і визначається як реклама, що містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання. При цьому важливим фактом залишається, який необхідно врахувати, що порівняльна реклама визнається правомірною, якщо така реклама підтверджена фактичними даними і ці дані є достовірними, об'єктивними, корисними для інформування споживачів. Тобто, при встановленні певної інформації, як такої, що містить ознаки правопорушення необхідно

довести, що така інформація не підтверджена фактичними даними (наприклад, експертизою, незалежними маркетинговими дослідженнями).

Глава 3 розглядає порушення пов'язані зі створенням перешкод суб'єктами господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції. Головною особливістю, що має змогу відрізнити наведені правопорушення від інших видів правопорушень полягає в тому, що такі протизаконні форми посягають на стабільне і сприятливе конкурентне середовище здійснюється за рахунок умисних чи з необачності застосованих перешкод суб'єктам господарювання при наявній конкуренції та досягнення неправомірних переваг на певному ринку. Формами порушення, які відносяться до приписів коментованого Закону є: дискредитація суб'єкта господарювання; схилення до бойкоту суб'єкта господарювання; схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника), підкуп працівника, посадової особи постачальника чи працівника, посадової особи покупця (замовника); поширення інформації, що вводить в оману; досягнення неправомірних переваг у конкуренції.

Розкриваючи зміст першої форми порушення цієї Глави, що полягає у дискредитації суб'єктів господарювання, варто зазначити, що вона передбачає поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних, відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання, у тому числі щодо його товарів, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання. У цьому випадку дискредитацію необхідно розглядати у рамках приниження гідності, чесності, ділової репутації внаслідок поширення недостовірної інформації, яка містить негативний контекст. Також важливо зазначити, що для кваліфікації такого порушення як дискредитацію не обов'язково доводити, що такі дії завдали шкоди діловій репутації, а достатньо аргументувати, що вони могли містити.

Прикладом застосування ст. 8 на практиці, була розглянута справа № 10/11-р-02-05-17 від 15.08.2017 № 75 Тимчасовою адміністративною колегією АМКУ[36]. Порушення полягало у діях ТОВ «Ремцентр+» (далі – Товариство) у

вигляді поширення неправдивих відомостей, пов'язаних з ТОВ «Інтергіпс плюс» (далі – Заявник) та його діяльністю, які можуть завдати шкоди діловій репутації цього суб'єкта господарювання. Поширення неправдивих відомостей здійснювалося у вигляді електронних листів, які надсилалися Товариством та містили інформацію про наявність конфліктів між засновниками ТОВ «Інтергіпс плюс», регресивну політику стосовно працівників, погіршення якості послуг та підвищення цін на товари та відмови клієнтів від співпраці із заявником. Відділенням було доведено, що саме Товариство розповсюджувало серед клієнтів та постачальників Заявника електронні листи з неправдивою інформацією про Заявника та його діяльність. На Товариство було накладено штраф на суму 115000 грн.

Наступним методом недобросовісної конкуренції, що пов'язується зі створенням перешкод конкурентам задля отримання переваг у конкуренції є схилення до бойкоту суб'єкта господарювання. Передбачає спонукання його конкурентом іншої особи, безпосередньої або через іншу особу, до відмови від установлення договірних зв'язків із цим суб'єктом господарювання, де невиконання (розірвання) або виконання неналежним чином договірних зобов'язань перед цим суб'єктом господарювання. Тут необхідно розуміти, що під такими діями є спонукання третьої особи до вчинення такої поведінки по відношенню до конкурента порушника, яка не є об'єктивно виправданою.

Прикладом такого порушення є коли суб'єкт господарювання обумовлює укладання певних зв'язків на основі договору з іншою особою застосуванням цією особою бойкоту щодо конкурентна цього суб'єкта господарювання, з метою витиснення конкурента з ринку або навпаки блокування входу для потенційних конкурентів. Порушник вчиняє відповідні дії з метою утримання чи зміцнення своєї ринкової влади за рахунок обмеження реальних або потенційних конкурентів.

Також, як форму недобросовісної конкуренції, слід розглянути порушення пов'язані із підкупом працівника, посадової особи постачальника / покупця – це надання або пропонування його 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 укладанням між постачальником і покупцем договору поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, що призвело чи могло призвести до отримання конкурентом покупця (замовника) певних переваг перед покупцем (замовником).

Слід зазначити, що до працівника постачальника / покупця прирівнюється й інша особа, яка згідно з повноваженнями приймає рішення від імені постачальника / покупця про поставку товару (придбання товару), виконання робіт, надання послуг, впливає на прийняття такого рішення або якимось чином пов'язана з ним.

Варто розкрити ще один із видів порушення, що також є частиною Глави 3, у вигляді схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника). Полягає в спонуканні постачальника конкурентом покупця (замовника), безпосереднього або через іншу особу, до застосування постачальником до покупця (замовника) невігідних умов у господарській діяльності порівняно з цим чи іншими конкурентами покупця (замовника).

Тут важливо зазначити, що схилення постачальника до надання конкурентові покупця переваг перед покупцем не буде вважатися як вчинення правопорушення, якщо для надання таких переваг будуть обґрунтовані підстави.

Досягнення неправомірних переваг у конкуренції, також прийнято відносити до блоку порушень Глави 3. Досягнення неправомірних переваг здійснюється за рахунок отримання таких відносно іншого суб'єкта господарювання шляхом порушення чинного законодавства, яке підтверджено рішенням органу державної влади, органу місцевого самоврядування, наділеного відповідного компетенцією.

В такому випадку неправомірні переваги можуть вважатися, які отримує суб'єкт господарювання в конкуренції внаслідок обмеження чи порушення прав конкурентів, або такі, що можуть отримуватися без неналежних підстав.

Заключною формою недобросовісної конкуренції, що ввійшла до Глави 3 є поширення інформації, що вводить в оману. Розглядається як повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо або через іншу особу одній, кільком або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

Прикладом порушення коментованої статті була розглянута справа АМКУ проти ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» (далі – Товариство) [38]. Підставою для розгляду стали дії Товариства під час виробництва та реалізації ним алкогольного напою rum/напій алкогольний міцний «Тростиновий» «Captain Jack» на території України стала відповідна заява міжнародної корпорації «Diageo Scotland Limited» (далі – Корпорація, заявник). Слід зазначити, що продукція яка виготовлялася Корпорацією набула відповідної репутації та була представлена на світовому та національному ринках алкогольних напоїв низкою відомих брендів, серед таких був бренд «Captain Morgan». В Україні даний знак був визнаний, як добре відомий. Щодо продукції Товариства, то вона була введена в господарський обіг на український ринок під назвою «Captain Jack», зовнішнє оформлення продукції передбачало розміщення на етикетці напису rum (ром), а на контр-етикетці – напій алкогольний міцний «Тростиновий». Під час розгляну справи АМКУ встановлено, що rum (ром) та напій міцний «Тростиновий» мають різні споживчі властивості. Таким чином, дії Товариства кваліфіковано, як порушення ст. 15-1 Закону у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Комітетом було прийнято рішення, накласти на Товариство штраф у розмірі 14067786 гривень. (Фотоматеріали наведені в Додатку Б)

Глава 4 розглядає види правопорушення пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці. Питання, що має відношення до комерційної таємниці та її захистом, вважається в українській

практиці найменш розвинуте. Відповідно, комерційну таємницю слід розглядати як інформацію, що є засекреченою, невідомою для інших осіб внаслідок чого вона становить важливу цінність для власника такої інформації.

Першим видом недобросовісної конкуренції, який необхідно розглянути в межах цієї Глави, пов'язане з неправомірним збиранням комерційної таємниці. Передбачає добування протиправним способом відомостей, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання.

Наступною формою порушення, що становлять дії недобросовісної конкуренції, полягає у розголошенні комерційної таємниці. Такі дії прийнято розглядати, як ознайомлення іншої особи без дозволу особи, уповноваженої на те, з відомостями, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, особою, якій ці відомості були довірені або стали відомі у зв'язку з виконанням відповідних обов'язків, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання.

Схилення до розголошення комерційної таємниці також вважається діями недобросовісної конкуренції та ввійшли до блоку Глави 4. Такі дії вчиняються у вигляді спонукання особою, якій було довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням відповідних обов'язків відомості, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, до розкриття цих відомостей, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання.

На відмінну від збирання чи розголошення комерційної таємниці наступний вид недобросовісної конкуренції, який може завдати значно більше шкоди полягає у неправомірному використанні комерційної таємниці та визнається впровадження у виробництво або врахування під час планування чи здійснення господарської діяльності без дозволу уповноваженої на те особи неправомірного здобутих відомостей, що становлять відповідно до законодавства України комерційну таємницю.

Прикладом застосування ст. 19 було у справі № 92/32-р-02-02-18, яка розглядалася Тимчасовою адміністративною колегією АМКУ [39]. Встановлено, що ТОВ «Ергон – Електрик» (Відповідач) неправомірно використовує у своїй господарській діяльності відомості, що становлять комерційну таємницю його конкурента – ТОВ «ТБК Вектор-ВС» (Заявник) без його дозволу, а саме: інформацію щодо повного переліку постачальників та клієнтів (покупців) (з контактними даними їх представників) та укладені з ними контракти, обсяги закупівлі та реалізації електротехнічної продукції (розподільчої, контрольної та вимірювальної апаратури, шинопроводів тощо), закупівельні та відпускні ціни на таку продукцію (включно з інформацією щодо розміру торговельної націнки та знижок на закупівлю продукції). Відомості, що становлять комерційну таємницю ТОВ «ТБК Вектор-ВС», були отримані ТОВ «Ергон-Електрик» через своїх засновників, які раніше перебували у трудових відносинах із ТОВ «ТБК Вектор-ВС». Рішенням Тимчасової адміністративної колегії АМКУ у справі № 92/32-р-02-02-18 визнано, що ТОВ «Ергон-Електрик» вчинило порушення, передбачене статтею 19 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді неправомірного використання ТОВ «Ергон-Електрик» комерційної таємниці ТОВ «ТБК Вектор-ВС».

Слід зазначити, що названий вище перелік видів недобросовісної конкуренції в Законі не можна характеризувати, як вичерпний. Це пов'язано з тим, що в природі існують інші форми недобросовісної конкуренції, які не можна охарактеризувати як дії, що є порушенням відповідних статей. Таким чином, всі неправомірні дії як засіб конкурентної боротьби, що будь-яким чином суперечить чесним звичаям підприємницької діяльності, пов'язані з порушенням прийнятих на ринку норм і правил при наявній конкуренції між суб'єктами, можуть трактуватися як недобросовісна конкуренція.

Розглянувши форми недобросовісної конкуренції, які відповідно до законодавства вважаються порушенням Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», буде доцільним з'ясувати та проаналізувати в динаміці за 2013 - 2018 роки, яка кількість порушень налічується, які найчастіше

форми використовують суб'єкти господарювання, та як діє АМКУ щодо подолання таких неправомірних дій.

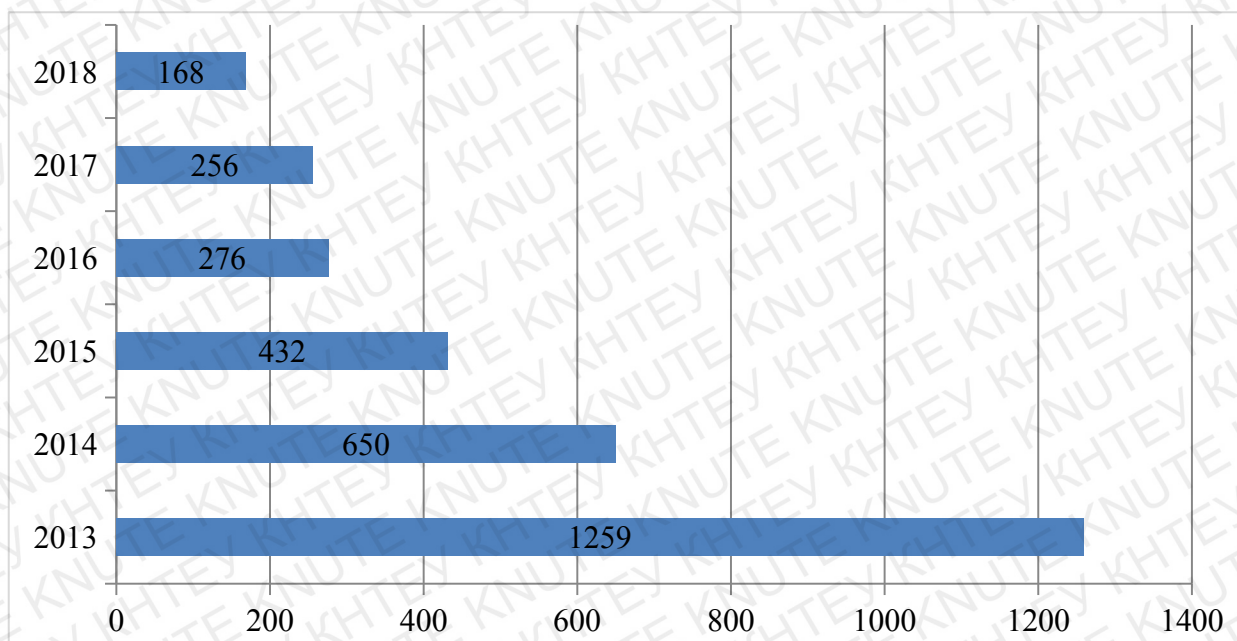


Рис. 2.1 Динаміка правопорушень щодо недобросовісної конкуренції, здійснених суб'єктами господарювання у 2013-2018 рр.

Джерело: [17].

Очевидно, що з 2013 до 2014 роки спостерігався стрімкий спад кількості порушень, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією, з 2015 р. дана негативна динаміка дещо сповільнюється. У 2014 р. кількість правопорушень зменшилась на 48,4% порівняно з попереднім роком, а у 2015 році скоротилася на 33,5% порівняно з попереднім. У 2016 р., порівняно з 2015 роком, спостерігається зменшення на 36,1%, у 2017 порівняно з 2016 роком кількість правопорушень знизилась на 7,24%. У 2018 порівняно з 2017 роком кількість правопорушень знизилась ще на 36%.

Можемо припустити, що дана тенденція спричинена підвищенням штрафів Антимонопольним комітетом України, розмір яких вплинув на зменшення кількості негативних дій з боку суб'єктів господарювання. Також можливою причиною є ризик втрати довіри з боку споживачів, внаслідок оприлюднення інформації про порушення законодавства на офіційному веб-порталі компетентного органу влади.

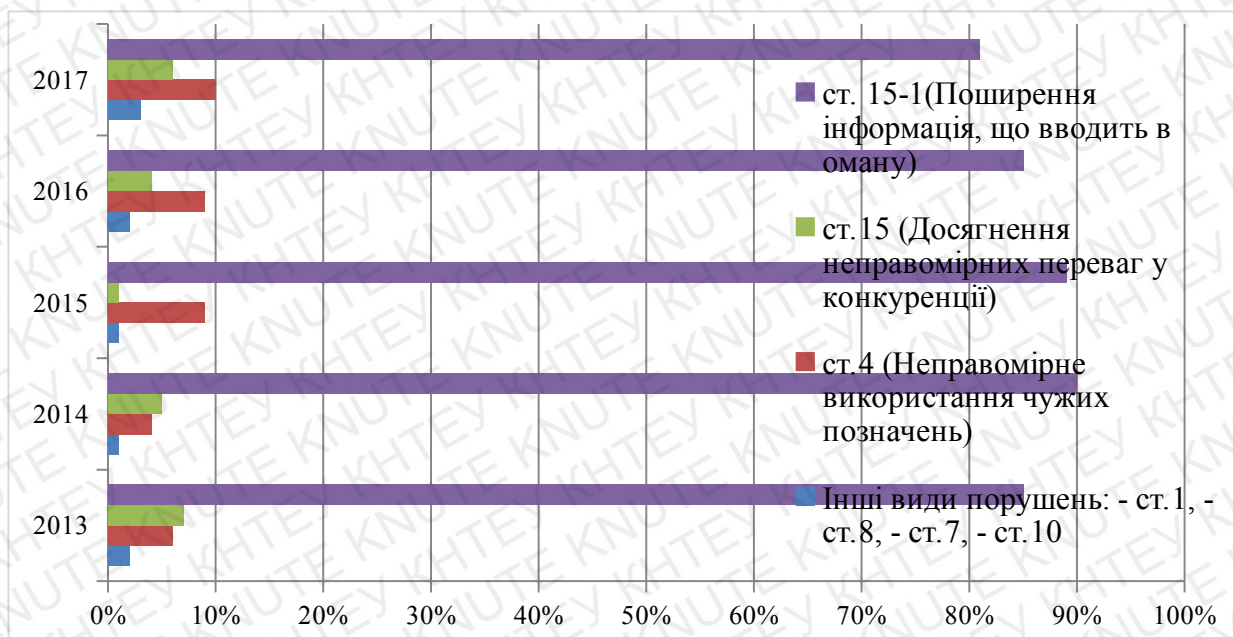


Рис. 2.2 Структура порушень у розрізі кваліфікації, порушень недобросовісної конкуренції % 2013-2017р.р.

Джерело: [17].

Згідно з рис. 2.2 основну частку правопорушень займають порушення ст. 15.1 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» - поширення інформації, що вводить в оману. Введення в оману прийнято розглядати як інформацію, спрямовану на формування хибного враження від продукції чи послуг конкурента [2, с. 149]. Дещо меншу частку займають порушення ст. 4, яка пов'язана з неправомірним використанням позначень, що передбачає заборону використання імені, комерційного найменування, торговельної марки, рекламних позначень, що раніше були використані на ринку суб'єктами господарювання. Та зовсім незначну частку у структурі порушень має місце ст. 15, що полягає у досягненні неправомірних переваг у конкуренції відносно іншого суб'єкта господарювання.

Всі інші правопорушення становлять: ст. 8, що стосується дискредитації суб'єкта господарювання, ст.7 передбачає наявність порівняльної реклами, що містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання, та ст.10, що трактується як схилення до бойкоту суб'єктами господарювання.

Розглянувши структуру порушень недобросовісної конкуренції за 2013-2017 роки та проаналізувавши, які статті відповідно до закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» зазнали найбільшого використання, варто зазначити, що в 2018 році дещо змінилася структура правопорушень. Як видно з Рис. 3 збільшилась частка порушень в статті 8, яка пов'язана з дискредитацією суб'єктів господарювання, тенденція до зменшення проявляється частки, що займає ст. 15, яка розглядає досягнення неправомірних переваг у конкуренції. Також, варто підкреслити, що в структурі правопорушень, знайшла своє використання як форма прояву недобросовісної конкуренції ст. 19, пов'язана з неправомірним використанням комерційної таємниці. Слід зазначити, що дана стаття набула чинності ще з першої редакції від 1996 р., на практиці до цього часу майже не застосовувалася АМКУ, через складність доведення об'єктивної сторони правопорушення, тобто вчинення самого факту забороненого діяння щодо комерційної таємниці так і встановлення причинно-наслідкового зв'язку між такими незаконними діями та шкодою, яка виникла, або могла виникнути у власника комерційної таємниці.

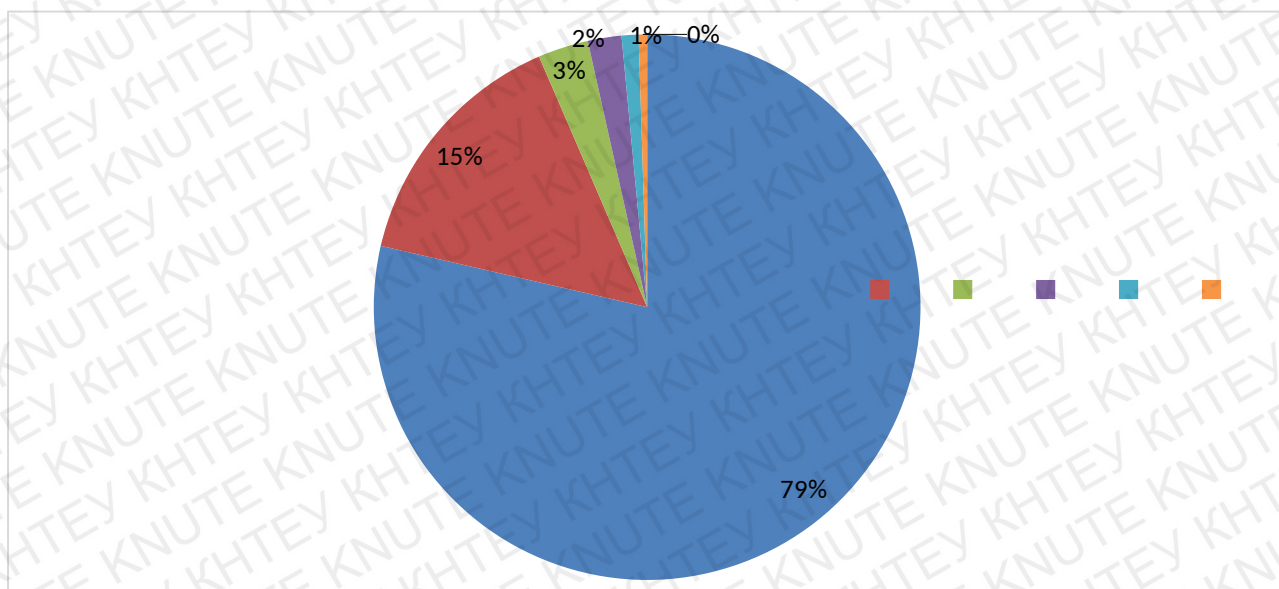


Рис. 2.3. Структура порушень у розрізі кваліфікації, порушень недобросовісної конкуренції % 2018 рік

Джерело: [17].

Також буде доцільним звернути увагу на кількість накладених штрафів АМКУ серед таких видів порушень. Насамперед, про це свідчить динаміка, що зображена на Рисунку 2.4, стосовно яких АМКУ прийняв рішення про накладання штрафів та дії, що містили ознаки таких порушень, які було припинено відповідно до надання органами Комітету у вигляді рекомендацій суб'єктам господарювання.

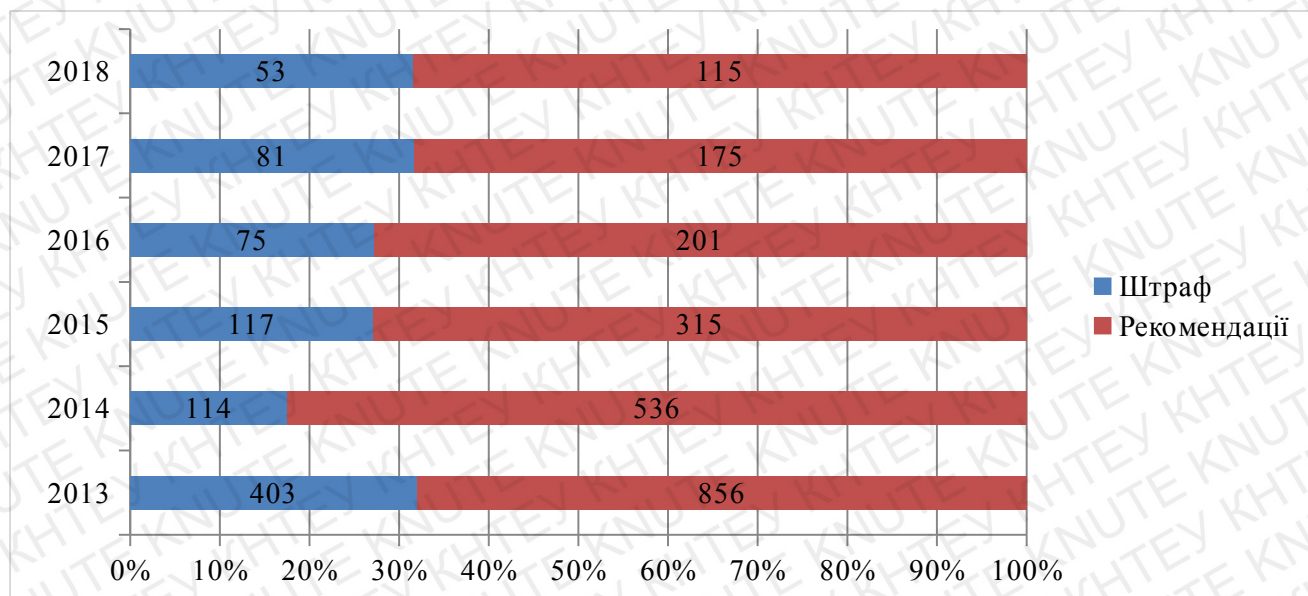


Рис. 2.4. Динаміка кількості правопорушень у вигляді недобросовісної конкуренції у розрізі накладених штрафів та наданих рекомендацій за 2013 - 2018 рр.

Джерело: [17].

Аналізуючи динаміку в 2014 порівнюючи з 2013 роком щодо кількості накладеного штрафу спостерігається стрімке зменшення кількості накладених штрафів, така ситуація пов'язана зі зміною кількості порушень, що відбулися за ці роки. У 2015 році ситуація щодо кількості накладеного штрафу на правопорушників дещо змінилася, навпаки спостерігається збільшення кількості накладеного штрафу, можливо така тенденція була спричинена через невиконання суб'єктами господарювання рекомендацій АМКУ у минулому році чи склад порушення настільки був глибокий, що без застосування санкцій у вигляді штрафу не призвело до його уникнення.

У 2016 порівнюючи з 2015 роком ситуація кардинально змінюється, спостерігається навпаки зменшення кількості штрафів, дана тенденція, на нашу думку, спричинена через затвердження АМКУ у 2016 році Рекомендаційних роз'яснень щодо ст. 21 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» у контексті розрахунку штрафів [35], що спричинили зміни до розрахунку базового розміру штрафу за порушення найбільшої, значної та помірної тяжкості. Застосування нової методики розрахунку штрафу позитивно вплинули на тенденцію зменшення кількості порушень в 2017 та в 2018 роках, що спричинило значно менше застосування кількості санкцій у вигляді штрафу.

Отже, розглянувши наведені форми недобросовісної конкуренції, які визначені главами 2-4 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» варто зазначити, що всі вони зосереджують увагу на різних проявах таких неправомірних дій. Зокрема, Глава 2 розкриває порушення пов'язані з неправомірним використанням ділової репутації, в Главі 3 представлено правопорушення, що вчиняється з метою створення об'єктивних перешкод іншим суб'єктам господарювання та спрямовані на досягнення над ними неправомірних переваг, а в межах Глави 4 розкриваються дії пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці. Зазначені форми недобросовісної конкуренції в тій чи іншій мірі знайшли своє застосування на практиці АМКУ, про це свідчить насамперед структура порушень у розрізі кваліфікації здійснена за 2013-2018 роки. Найбільшу частку з яких займає ст. 15-1 щодо поширення інформації, що вводить в оману та ст. 4, що полягає у неправомірному використанню позначень. Дані порушення є найбільш розповсюдженими серед суб'єктів господарювання.

2.3 Взаємодія органів державної влади у системі захисту від недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі

Важливу роль у системі захисту від недобросовісної конкуренції відіграють органи державної влади, діяльність яких спрямована на розвиток добросовісних відносин між суб'єктами господарювання.

Одну з таких, центральну та важливу роль у системі захисту від недобросовісної конкуренції здійснює Антимонопольний комітет України. Саме він наділений певною компетенцією та одним із покладених на нього завдань є сприяння розвитку добросовісної конкуренції. Для належної реалізації завдань покладених на органи Комітету, є налагодження чіткої системи взаємодії між органами Комітету та правоохоронними органами та органами влади щодо виявлення та припинення недобросовісної конкуренції у сфері торгівлі.

На загальнодержавному рівні АМКУ співпрацює з різними органами влади, серед яких є Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Генеральна прокуратура, Державна регуляторна служба України, Державна фіскальна служба, Державна митна служба України та інші, які у межах своїх повноважень забезпечують захист від недобросовісної конкуренції.

На регіональному рівні Комітет співпрацює з обласними та районними державними адміністраціями, місцевими органами відповідних міністерств та відомств, галузевими комісіями. Відповідно до повноважень АМКУ, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, органи адміністративно-господарського управління і контролю, їх посадовці зобов'язані передавати комітету та його територіальним відділенням відомості, які можуть свідчити про порушення законодавства про захист економічної конкуренції. Органи влади, органи місцевого самоврядування, органи адміністративно-господарського управління і контролю зобов'язані погоджувати з АМКУ рішення, які можуть привести до обмеження або спотворення конкуренції на відповідних товарних ринках. Залучати до проведення перевірок спеціалістів органів державної влади,

органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій за погодженням з їх керівниками, депутатів місцевих рад за їх згодою [31].

Сьогодні в Україні існує нагальна проблема, яка полягає із відсутністю чіткого розмежування функцій та повноважень органів державної влади щодо розвитку та захисту економічної конкуренції. Роль державних органів в формуванні та реалізації державної конкурентної політики закріплена лише в Положеннях про Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації, в Законах України «Про телекомунікації» та «Про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг [19].

Для покращення стану конкурентного середовища у сфері торгівлі, а саме на ринку продовольчих продуктів, та прискорення темпів зростання національної економічної системи необхідна налагоджена робота органів державної влади. Так, відповідно, з цією метою було укладено у 2016 році Меморандум про співробітництво між Антимонопольним комітетом України, Міністерством аграрної політики та продовольства України та Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (далі – Сторони) [24].

Головною метою укладання даного Меморандуму полягало у підвищенні ефективності реагування на факти порушення в законодавстві включаючи у сферах ціноутворення та захисту економічної конкуренції, підвищення обізнаності споживачів та учасників ринків при вирішенні конкретних проблемних питань у сфері контролю за цінами та проявами недобросовісної конкуренції.

В межах Меморандуму між зазначеними Сторонами розглядалися напрямки в яких досягалося співробітництво. Серед яких було забезпечення взаємної методичної допомоги між учасника Меморандуму під час моніторингу ринків продовольчих товарів і, в межах компетенції, здійснювати контроль за цінами. Сторонами передбачалося розроблення заходів щодо уникнення проблемних питань, щодо ситуації яка б склалася на продовольчих ринках України з чітким

розмежуванням повноважень органів Комітету та інших органів державної влади, в т. ч. їх місцевих (територіальних/регіональних) структурних підрозділів, під час розгляду даних питань.

Також, в межах Меморандуму передбачалося запровадження механізмів оперативного обміну інформацією між Сторонами у разі виникнення цінових збурень на ринках продовольчих товарів для своєчасного реагування та підготовки відповідних висновків щодо наявності об'єктивних (суб'єктивних) причин виникнення таких ситуацій. У питаннях пов'язаних з регулюванням діяльності ринків продовольчих товарів забезпечувалась спільна участь у розробці проектів законів, інших нормативно-правових актів.

Належна взаємодія передбачала також опрацювання і погодження нормативних актів та захисту прав споживачів і надання пропозицій щодо їх удосконалення за зверненням зацікавленої Сторони та проведення спільних конференцій, нарад, семінарів, інших заходів для обговорення питань, що становлять спільний інтерес, та навчання фахівців. У разі необхідності Сторони можуть залучати спеціалістів для розгляду та вирішення питань, що належать до їх компетенції.

Для покращення взаємодії між Сторонами на регіональному рівні при розгляді та вирішенні питань, що належать до компетенції відповідної Сторони та обміном інформацією забезпечувалося залучення територіальних органів. Напрямок взаємодії сприяв також забезпеченню регулярним обміном наявної інформації щодо ситуації, яка склалася на ринках продовольчих товарів, насиченості ринків окремими товарами та проявами недобросовісної конкуренції на споживчих ринках України. Також варто зазначити, що укладання Меморандуму передбачалося погодження спільної позиції з метою висвітлення у ЗМІ інформації щодо розмежування компетенції органів виконавчої влади, в т.ч. місцевих, та органів Антимонопольного комітету України в питаннях контролю за ціновою ситуацією та проявами недобросовісної конкуренції на споживчих ринках України.

Взаємодія між Антимонопольним комітетом України, Міністерством аграрної політики та продовольства України та Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів щодо контролю за діяльністю суб'єктів господарювання проявами недобросовісної конкуренції здійснювалася відповідно до чітко розмежованих функцій.

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів у межах своїх повноважень здійснює контроль за дотриманням законодавства про рекламу в частині захисту прав споживачів реклами, приймає рішення про визнання реклами недобросовісної, прихованої, про визнання порівняння в рекламі неправомірним з одночасним зупиненням її розповсюдження та перевіряє додержання суб'єктами господарювання, що провадять діяльність у сфері торгівлі і послуг, вимог законодавства про захист прав споживачів, а також правил торгівлі та надання послуг

Участь Міністерства аграрної політики та продовольства України полягала у розробленні загальнодержавних балансів попиту і пропозиції основних видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки. Забезпечення належним чином координацію роботи із складення міжрегіональних балансів попиту і пропозиції основних видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, а також здійснення їх моніторингу. У межах повноважень, передбачених законом, проводить моніторинг внутрішнього і зовнішнього аграрного та продовольчого ринку.

Антимонопольний комітет України забезпечує захист суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції та розглядає справи щодо поширення інформації, яка вводить в оману (ст. 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»), якщо:

- інформація, що поширюється, є неповною, та/або неточною, та/або неправдивою;
- інформація, що вводить в оману, поширюється суб'єктом господарювання (безпосередньо або через іншу особу) стосовно своєї діяльності, продукції (товари, роботи, послуги);

- встановлено дійсні або ймовірні наслідки у вигляді досягнення переваг у конкуренції від поширення інформації, що водить в оману;
- встановлено факт, що поширення інформації, що вводить в оману пов'язано з відносинами у конкуренції чи може вплинути на них;
- встановлено причинно-наслідковий зв'язок між поширенням інформації, що вводить в оману, та наданням переваг споживачами, суб'єктами господарювання, товарам, роботам, послугам суб'єкту господарювання, який поширює таку інформацію, що призводить до отримання неправомірних переваг відносно інших конкурентів;

Отже, укладання Меморандуму про співробітництво між АМКУ, Міністерством аграрної політики та продовольства України та Державною службою України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів передбачало покращити взаємодію між Сторонами окресливши при цьому межі відповідальності кожного із органів державної влади, що в свою чергу сприяло підвищення обізнаності серед споживачів.

Підсумовуючи Розділ 2 варто сказати, що в Україні система формування нормативно-правового забезпечення захисту бере свій відлік з прийняттям у лютому 1992 р. ВРУ Закону України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». Пізніше, зі зростанням кількості новостворених підприємств, почалися активно розвиватися прояви недобросовісної конкуренції, які потребували більш розвинутого законодавства. Тому, 7 червня 1996 р. ВРУ прийнято Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» .

Ринок торгівлі характеризується, як ринок де представлена велика кількість виробників та споживачів товару, що говорить про високий рівень конкуренції. Рівень, якої постійно набирає обертів і методи боротьби за споживача стають дедалі жорсткіші. Серед таких методів набуло свого застосування дії, які містять недобросовісний характер. Відповідно до ЗУ « Про захист від недобросовісної конкуренції» основними формами недобросовісної конкуренції визначено в Гл. 2-4, серед яких є: неправомірне використання ділової репутації суб'єкта

господарювання, створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці. Всі ці Глави діляться на окремі статті.

Аналіз динаміки порушень щодо недобросовісної конкуренції, здійснених суб'єктами господарювання у 2013-2018 рр. в цілому показав позитивну тенденцію до зменшення кількості порушень, що в свою чергу свідчить про ефективну роботу АМКУ.

Структура порушень у вигляді недобросовісної конкуренції за 2013-2017рр. показала, що основну частку правопорушень займають порушення ст. 15.1 ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» - поширення інформації, що вводить в оману, Дещо меншу частку займають порушення ст. 4, яка пов'язана з неправомірним використанням позначень.. Та зовсім незначну частку у структурі порушень має місце ст. 15, що полягає у досягненні неправомірних переваг у конкуренції відносно іншого суб'єкта господарювання. Всі інші правопорушення становлять: ст. 8, що стосується дискредитації суб'єкта господарювання, ст.7 передбачає наявність порівняльної реклами, що містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання, та ст.10, що трактується як схилення до бойкоту суб'єктами господарювання.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ЗАХИСТУ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Створення ефективної системи захисту від недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання завжди залишалося важливим завданням в сучасних ринкових умовах країн світу. Ефективність якої залежить насамперед від виваженої політики держави у вигляді здійснення відповідних заходів щодо захисту від недобросовісної конкуренції та застосування норм чинного законодавства. Більшість країн намагаються вдосконалювати та розвивати свою нормативно-правову базу, посилювати взаємодію між компетентними органами державної влади з метою усунення прогалин та недопущення негативного впливу на конкуренцію зі сторони неправомірних суб'єктів господарювання.

В такому руслі намагається рухатися й наша держава, яка здійснює відповідні кроки щодо удосконалення механізму захисту від недобросовісної конкуренції та створення належних умов існування для всіх учасників ринку. Саме з цією метою, на нашу думку, буде доцільно розглянути сучасні стандарти захисту, якими оперуються країни з розвинутою економікою, де поширення недобросовісної конкуренції набуло широкого застосування.

Так, в США система захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції побудована на прийнятті низку законів, які розглядають в першу чергу, як посягання на ділову репутацію. До таких законів належить Закон Уїллера-Лі (Wheeler-Lea Act) від 21 березня 1938 р. № 447 або його ще називають Закон «Про рекламу» який доповнюється Законом «Про Федеральну торговельну комісію» щодо передачі реклами продуктів та ліків до ведення Федеральної торговельної комісії [51].

Здійснюючи аналіз законодавства США, яке вважається найбільш розвинуте у сфері конкуренції, питання пов'язане з відповідальністю за недобросовісну конкуренцію може здійснюватися на основі застосування адміністративних та кримінальних санкцій, які встановлені законом. Такі санкції можуть бути накладені на суб'єктів господарювання у вигляді штрафу або ще гірше – тюремне

ув'язнення. Також може застосовуватися деліктна відповідальність, вона настає у разі завдання суб'єкту господарювання шкоди, при цьому порушник не перебуває у договірних відносинах із потерпілим. Слід зазначити, що в Законі наводиться певний перелік дій, які вважаються протиправними, але при цьому він не є вичерпним. Санкції, які передбачені цим законом застосовуються на власний розсуд та залежать від обставин які склалися. Особа, яка відчуває, що зазнає методів недобросовісної конкуренції може звернутися до суду за відновленням свої прав. При цьому, суд задовольняє позов про відшкодування шкоди на загальних підставах, за умови якщо дії, які трактуються як недобросовісна конкуренція будуть доведені особою, що завдають їй таку шкоду. Слід зазначити, що відшкодування збитків особі здійснюється не лише у величині фактичної завданої шкоди, а й у вигляді недоотриманого прибутку.

Таким чином, можна стверджувати, що в США захист суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції пов'язані з порушенням ділової репутації, здійснюється на основі вище зазначених законів. Головну функцію, при цьому, виконує Суд, який розглядає позови, але самостійно не займається припиненням недобросовісної конкуренції.

Здійснення належного захисту від недобросовісної конкуренції було актуальним і для законодавства ЄС. З цього приводу були прийняті численні директиви, які займалися регулюванням пов'язані із системою питань щодо оманливої та порівняльної реклами, несправедливих торговельних практик бізнесу по відношенню до споживача на внутрішньому ринку, несправедливих умов споживчих договорів тощо. Особливу увагу було приділено оманливим діям, що здійснювалися за допомогою такого інструменту як реклама. Оскільки, саме через рекламу спостерігалася найбільша кількість недобросовісних дій. З цього приводу, керівними органами Європейського Співтовариства з метою зближення та уніфікації положень окремих держав щодо захисту від реклами, яка вводить в оману була створена Директива 84/450/ЄЕС від 10 вересня 1984 р. «Про наближення законів, підзаконних актів та адміністративних положень держав-членів щодо реклами, яка вводить в оману» (або Директива «Про запобігання

рекламі, що вводить в оману)), яка пізніше була скасована та змінена від 12.12.2006 на Директиву ЄС №2006/114/ЄС «Про рекламу, що вводить в оману та використовує порівняння» (далі - Директива) [15]. В даній Директиві, а саме в статті 3 наводяться критерії, що необхідно врахувати при визначенні реклами як такої, що вводить в оману та містяться переваги щодо порівняльної реклами з повним переліком умов в межах якого порівняльна реклама є дозволеною.

З метою створення комплексного захисту від оманливих дій та практик була прийнята Директива Європейського Парламенту та Ради 2005/29/ЄС від 11.05.2005 року щодо несправедливих торговельних практик бізнесу для споживачів на внутрішньому ринку [14].

Зміни у законодавстві ЄС спричинили внести корективи і в законодавстві країн, які перебували в Європейському союзі. Серед таких країн, зокрема, були Німеччина, Польща та Франція, нормативно-правову базу яких буде доцільно розглянути.

Система захисту в Німеччині від недобросовісної конкуренції побудова на основі Закону «Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG», який використовує сучасні (європейські) законодавчі методи захисту від недобросовісної конкуренції, які включають в себе перелік важливих термінів та списки негативних форм недобросовісної конкуренції. Серед яких, в законодавстві Німеччини прийнято розглядати дії недобросовісної конкуренції, які діляться на ті, що заборонені в будь-якому випадку та містяться в «Чорному списку», але існують й такі, що вважаються протизаконними лише після перевищення межі *de minimis* (пори́г, нижче якого недобросовісна конкуренція не буде розглядатися як така, що завдає значної шкоди). Такі форми недобросовісної конкуренції, які заборонені законодавством буде доцільно розглянути в Табл.3.1

Таблиця 3.1

Форми недобросовісних дій за законодавством Німеччини

«Чорний список» заборонених дій	Дії, які є заборонені після перевищення межі <i>de minimis</i>
<ul style="list-style-type: none"> - використання засвічених, якісних або подібних знаків без отримання на це необхідного дозволу; - зазначення недостовірної інформації щодо продукту, який може вилікувати хвороби, розлади або вроджені вади; - недотримання умов зазначених в заяві, в якій підприємець збирається відмовитися від свого бізнесу чи передати це приміщення найближчим часом; - невідповідність реальності заяви підприємця при підписанні кодексу поведінки; - невідповідність інформації зазначеній в заяві, що кодекс поведінки був затверджений державним або іншим органом; 	<ul style="list-style-type: none"> - надмірний вплив (забороняються дії, які можуть вплинути на свободу прийняття рішення споживачів чи інших учасників на ринку здійснюючи тиск); - наклеп (забороняються дії у разі отримання або розповсюдження інформації про товари, послуги, підприємство чи членів управління конкурента, що може завдати шкоди або підірвати довіру до виробника, якщо дана інформація є неправдивою); - використання людей, які потребують захисту (дії недобросовісної конкуренції включають в себе діяльність, яка здатна скористатися психічною чи фізичною вадою, віком, неосвіченістю чи важким становищем людей); - використання виробу конкурента; - навмисна перешкода; - наклеп (здійснення дискредитації щодо розпізнавальних знаків, товарів, послуг конкурента); - введення в оману щодо комерційної практики; - введення в оману спричинене бездіяльністю (приховування факту, що може вплинути на прийняття рішення, тим самим вводить в оману - порівняльна реклама (забороняється порівняльна реклама, яка не відповідає критеріям порівняння)

Джерело: [50].

Правова система захисту в Німеччині від недобросовісної конкуренції включає Розділ 9 UWG, згідно якого сторонам, які постраждали від недобросовісної конкуренції, надається право на відшкодування збитків, за умови, якщо дії недобросовісного конкурента були здійснені через свою необережність чи містили умисний характер. При цьому, відшкодування збитків особі, яка постраждала може здійснюватися у такий спосіб: фактичне відшкодування завданої шкоди, повернення коштів у вигляді втрачено прибутку чи компенсація у вигляді вартості ліцензійного збору.

Також слід зазначити щодо осіб, які несуть відповідальність за періодичні друковані видання (журналісти, видавці, друкарі та розповсюджувачі), відшкодування шкоди здійснюється за умови, якщо такі випадки порушень мають умисний характер (так звана привілей у ЗМІ).

Розділ 10 (1) UWG містить новий засіб захисту. Він передбачає, що правопорушник зобов'язаний виплатити будь-який прибуток Казначейству, який було отримано незаконним шляхом внаслідок залучення нових клієнтів. Такі дії можуть відноситись до асоціацій конкуренції, кваліфікованих організацій, промислових і торгових палат та ремісничих палат.

Нова санкція в першу чергу спрямована на випадки «розпущеного» збитку, тобто порушення, що має відношення щодо залучення великої кількості клієнтів, що завдають лише незначної індивідуальної шкоди. Окрема група клієнтів, які зазнали збитків від таких порушень, як правило, відмовляються від права звернутися до суду за відшкодуванням такої шкоди і це не пов'язано через високі витрати на звернення. Це відбувається через те, що часто такі порушення залишаються безкарними. Щодо асоціацій та суб'єктів господарювання, які постраждали, тепер можуть подати заявку на отримання прибутку від таких порушень, та сплатити до Казначейства після вирахування певних витрат (п. 10 (2) СРГ).

З метою імплементації Директиви Європейського Парламенту та Ради 2005/29 / WE від 11 травня 2005 року щодо недобросовісної комерційної практики, польський законодавчий орган прийняв рішення про введення окремого акта закону для запобігання недобросовісної торгівельної практики від 23 серпня 2007 року. Зазначений регламент стосується лише відносин між підприємцями та споживачами (так званий B2C - бізнес до споживача).

У польській правовій системі існує жорсткий поділ закону, що стосується боротьби з недобросовісною конкуренцією, на норми, що стосуються відносин B2B (закон проти недобросовісної конкуренції) та B2C (закон проти недобросовісної ділової практики).

Відповідно до загального пункту, який міститься у статті 3 сек. 1 польського Закону про боротьбу з недобросовісною конкуренцією, акт недобросовісної конкуренції - це дія, що суперечить закону чи пристойності, якщо це загрожує або загрожує інтересам іншого підприємця чи замовника.

Крім того, закон розкриває окремі види дій, які розцінюються як порушення правил чесної конкуренції. Прикладами таких дій є:

- Неправомірне використання позначень компанії;
- Маркування виробу;
- Неправомірне використання географічних позначень або позначень, які є захищеними регіональними найменуваннями, якщо особливості чи властивості товару пов'язані з певною місцевістю чи місцем, з якого він походить;
- Розголошення комерційної таємниці;
- Імітація виробів;
- Надання неправдивої чи неточної інформації;
- Недобросовісна реклама

Актом недобросовісної конкуренції може бути розкриття, а також розголошення, використання згаданої інформації у власній діяльності та розголошення третім особам. Якщо така поведінка може загрозувати чи загрожує інтересам підприємця.

У разі вчинення таких недобросовісних дій порушником, особа яка потерпіла має право вимагати:

- припинення протиправних дій порушником;
- компенсація у вигляді завданих збитків;
- спростування інформації,
- отримання пільг;
- отримання коштів, які будуть спрямовані на реалізацію соціальної мети.

Слід зазначити, що як і у законодавстві Німеччини так і в Польській норматив-правовій базі існує акт про боротьбу з недобросовісною конкуренцією, який містить спеціальний регламент, який передбачає кримінальну

відповідальність за вчинення дій недобросовісної конкуренції, і визначає певний перелік таких дій (див. Табл. 3.1).

Притягнення до кримінальної відповідальності осіб, які вчинили правопорушення здійснюється на основі:

- заяви особи, яка потерпіла;
- заяви національної або регіональної організації, метою якої є захист інтересів підприємців, у випадку дій, що полягають у неправильному маркуванні товарів чи послуг (стаття 2 закону про боротьбу від недобросовісної конкуренції).

Таблиця 3.2

Перелік правопорушень, які передбачають кримінальну відповідальність

Тип дії	Порушник	Додаткова характеристика	Санкція	Правове поле
1	2	3	4	5
Розголошення комерційної таємниці третім особам, використання у власній господарській діяльності	Особа, яка зобов'язана не розголошувати комерційну таємницю	Понесення високих витрат компанії, через розголошення, використання комерційної таємниці	Штраф/ позбавлення волі до 2-х років	Art.23sec 1 Закону про захист від недобросовісної конкуренції
	Особа, яка незаконно отримала інформацію, що представляє секрет компанії		Штраф/ позбавлення волі до 2-х років	Art.23sec 1 Закону про захист від недобросовісної конкуренції
Копіювання технічним способом зовнішнього вигляду товару чи збут товару, який він скопіював	Кожен підприємець	Можливість ввести в оману клієнтів	Штраф	Art.23 sec 1 Закону про захист від недобросовісної конкуренції
Організація	Кожен		Позбавлення	Art.25 sec 1

Продовження таблиці 3.2

1	2	3	4	5
або управління системою швидкого продажу	підприємець		волі на 6 до 8 років	Закону про захист від недобросовісної конкуренції
		В рамках рекламних або преміальних продажів		Art.25 sec 2 Закону про захист від недобросовісної конкуренції
Тиражування неправдивих чи оманливих новин про компанію	Кожен підприємець	Умисні дії завдати шкоди	Арешт або штраф	Art.26 sec 1 Закону про захист від недобросовісної конкуренції
Розповсюдження неправдивих чи оманливих новин про компанію чи підприємця	Кожен підприємець	Головна мета-отримати матеріальну вигоду	Арешт або штраф	Art.26 sec 2 Закону про захист від недобросовісної конкуренції

Джерело: [50].

Щодо законодавства Франції у системі захисту від недобросовісної конкуренції, воно передбачає чотири види недобросовісної конкуренції. Серед яких є: зневаження, дезорганізація підприємства, введення в оману, паразитизм.

Особливість законодавства Франції полягає у тому, що воно не передбачає визначення недобросовісної конкуренції чи акта щодо боротьби з недобросовісною конкуренцією, як це наведено в законодавстві Німеччини та Польщі. Правила, що регулюють закон про боротьбу з недобросовісною конкуренцією, впливають головним чином із судових рішень судів. Рішення судів у справах про недобросовісну конкуренцію ґрунтуються на статтях 1382 та 1383 Цивільного кодексу Франції.

Відповідно до закону Франції, передбачається накладання штрафних санкцій у разі його порушення. Таким чином, за скоєння злочину у вигляді підробки, яка визначена Кодексом інтелектуальної власності може застосовуватися штраф до 500000,00 євро чи позбавлення волі на строк до 5 років.

Варто зазначити, у разі скоєння неправомірних дій повторно, передбачається застосування зазначених санкцій у подвійному розмірі. Товари, які були підроблені вилучаються компетентними державними органами.

Отже, розглянувши сучасні світові тенденції захисту інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції, на прикладі, США, Німеччини, Польщі та Франції та врахувавши певні особливості між законодавствами цих країн, буде доцільно запропонувати здійснення подібних заходів в Україні, з метою вдосконалення системи захисту від таких неправомірних дій суб'єктів господарювання, що в свою чергу буде сприяти створенню конкурентного середовища в нашій країні.

Першим таким та важливим заходом має бути направлений на гармонізацію конкурентного законодавства України до відповідних вимог і стандартів у межах укладання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Відповідно до якої наша держава взяла на себе зобов'язання щодо забезпечення належних умов для розвитку добросовісної конкуренції та здійснення заходів щодо усунення дій, які пов'язані з недобросовісною конкуренцією (розд. IX Угоди).

Такі дії будуть доцільно здійснити щодо імплементації нормативних актів в межах вже прийнятого з окресленого питання європейськими колегами, зокрема на Директиву Ради Європи ЄС №2006/114/ЄС «Про введення в оману та порівняльну рекламу»[15]. В даній Директиві насамперед зазначаються переваги порівняльної реклами, а саме, наводиться інформація, що така реклама може також стимулювати конкуренцію між постачальниками товарів та послуг для вигоди споживача. При цьому, наводиться певний перелік умов в межах якого порівняльна реклама є дозволеною. Ми вважаємо, такі дії призведуть до позитивних змін в законодавстві України, що в свою чергу сприятиме вилученню із закону про захист від недобросовісної конкуренції дефініції «порівняльної

реклами», а норма буде містити відповідність до закону про рекламу щодо оцінки правомірності порівняльної реклами.

Наступним, не менш важливим кроком, буде спрямований на розширення доказової бази при доведенні фактів поширення інформації, що вводить в оману. Оскільки, дана форма недобросовісної конкуренції є найбільш розповсюджена в Україні, підтвердженням цього є статистичні дані, які наведені в Розділі 2 нашої роботи. Виявлення та припинення порушень у сфері недобросовісної конкуренції насамперед ускладнює процес доказування ознак правопорушення. Однак, для подолання цієї проблеми необхідно внести Антимонопольним комітетом змін до проекту Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення заходів з протидії недобросовісній конкуренції», який призведе до підвищення ефективності у системі виявлення та припинення органами Антимонопольного комітету України порушень законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, зокрема, ст. 151 «Поширення інформації, що вводить в оману» Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

Наступним та важливим корком необхідно переглянути систему штрафних санкцій. В більшості країн ЄС передбачена кримінальна відповідальність за вчинення дій пов'язаних із недобросовісною конкуренцією у найважчих випадках, як зазначено це в Табл. 3.1. Саме в цьому контексті буде доцільно переглянути випадки порушень, що значно завдають шкоди суб'єктам господарювання у разі здійснення таких дій з боку інших учасників та застосувати відповідні санкції в Україні. На нашу думку, такі дії зможуть значно зменшити випадки порушення пов'язані із недобросовісною конкуренцією.

Крім того, вдосконалення потребує сам механізм прийняття нормативних актів. Хочеться, щоб цей процес відбувався на демократичних засадах, а саме шляхом залучення представників підприємців та Спілок споживачів до обговорення законопроектів, пов'язаних з конкурентним законодавством, також їх присутність як представників при розгляді конфліктних справ, як це закріплено законодавством проти недобросовісної конкуренції в Німеччині.

Отже, основними заходами системи захисту від недобросовісної конкуренції в Україні, що в свою чергу буде сприяти зменшенню випадків правопорушень суб'єктами господарювання п

- гармонізувати норми національного законодавства до норм ЄС та ратифікувати угоди, що досі не були ратифіковані. Зокрема, однією з яких буде здійснення імплементації нормативних актів відповідно до Директиви Ради Європи ЄС №2006/114/ЄС «Про введення в оману та порівняльну рекламу».

- внесення АМКУ проект Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення заходів з протидії недобросовісній конкуренції», що дасть змогу розширити доказову базу при доведенні фактів поширення інформації, що вводить в оману;

- введення кримінальних санкцій у найважчих випадках порушень задля захисту прав споживачів;

- вдосконалення взаємодії між органами системи органів, що захищають інтереси суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції.

Врахування вище зазначених заходів у системі захисту від недобросовісної конкуренції на практиці АМКУ, на нашу думку, буде сприяти створенню сприятливого середовища для усунення прогалин пов'язанні із законодавством, що в свою чергу забезпечить належний рівень безпеки серед суб'єктів ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного у випускній кваліфікаційній роботі аналізу щодо захисту від недобросовісної конкуренції на внутрішньому ринку України можна зробити ряд висновків:

1. Поняття недобросовісної конкуренції з'явилося у правових актах Франції в середині XIX ст. Дана дефініція була закріплена в ст. 10 bis Паризької конвенції з охорони промислової власності, в якій зазначалося, що «актом недобросовісної конкуренції визнається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торгових справах».

2. Основними ознаками недобросовісної конкуренції є: спосіб ведення господарської діяльності має реальні прояви або містить в собі певні наміри недобросовісної конкуренції; суперечить положенням чинного законодавства; має негативні наслідки для всіх учасників ринку; направлене на отримання певних переваг. В зарубіжній практиці найбільш відомими формами є: неправомірне використання ділової репутації, поширення інформація, що вводить в оману, порівняльна реклама, копіювання зовнішнього вигляду, дискредитація суб'єктів господарювання.

3. В Україні система формування нормативно-правового забезпечення захисту бере свій відлік з прийняттям у лютому 1992 р. ВРУ Закону України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності». Пізніше, зі зростанням кількості новостворених підприємств, почалися активно розвиватися прояви недобросовісної конкуренції, які потребували більш розвинутого законодавства. Тому, 7 червня 1996 р. ВРУ було прийнято Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

4. Зміни до ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції, що відбулися 18 грудня 2008 р. призвели до розширення сфери застосування Закону, а саме було доповнено ст. 15-1 щодо поширення інформації, що вводить в оману, а в таких стаття як 4, 10, 11 було здійснено напрямок на деталізацію, що в свою чергу усунули певні неточності пов'язані із трактуванням. А зміни, що відбулися 12

листопада 2015 р., а саме у ст. 30, призвели до збільшення прозорості у діях АМКУ.

5. Ринок торгівлі характеризується як ринок, де представлена велика кількість виробників та споживачів товару, що говорить про високий рівень конкуренції між суб'єктами господарювання та застосуванням ними нечесних методів боротьби за споживача. Відповідно до ЗУ «Про захист від недобросовісної конкуренції» основними формами недобросовісної конкуренції визначено в Гл. 2-4, серед яких є: неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці. Всі ці Глави діляться на окремі статті.

6. Аналіз динаміки порушень щодо недобросовісної конкуренції, здійснених суб'єктами господарювання у 2013-2018 рр. свідчить про те, що з 2013 до 2014 роки спостерігався стрімкий спад кількості порушень, пов'язаних з недобросовісною конкуренцією, з 2015 р. дана негативна динаміка дещо сповільнюється. У 2014 р. кількість правопорушень зменшилась на 48,4% порівняно з попереднім роком, а у 2015 році скоротилася на 33,5% порівняно з попереднім. У 2016 р., порівняно з 2015 роком, спостерігається зменшення на 36,1%, у 2017 порівняно з 2016 роком кількість правопорушень знизилась на 7,24% . У 2018 порівняно з 2017 роком кількість правопорушень знизилась ще на 36%.

7. Структура порушень у вигляді недобросовісної конкуренції за 2013-2017рр. показала, що основну частку правопорушень займають порушення ст. 15.1 поширення інформації, що вводить в оману, Дещо меншу частку займають порушення ст. 4, яка пов'язана з неправомірним використанням позначень.. Та зовсім незначну частку у структурі порушень має місце ст. 15, що полягає у досягненні неправомірних переваг у конкуренції відносно іншого суб'єкта господарювання. Всі інші правопорушення становлять: ст. 8, що стосується дискредитації суб'єкта господарювання, ст.7 передбачає наявність порівняльної

реклами, що містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання, та ст.10, що трактується як схилення до бойкоту суб'єктами господарювання.

8. В 2018 р відбулися зміни, а саме збільшилась частка порушень в статті 8, яка пов'язана з дискредитацією суб'єктів господарювання, тенденція до зменшення проявляється частки, що займає ст. 15, яка розглядає досягнення неправомірних переваг у конкуренції. В структурі правопорушень, знайшла своє використання як форма прояву недобросовісної конкуренції ст. 19, пов'язана з неправомірним використанням комерційної таємниці. Слід зазначити, що дана стаття набула чинності ще з першої редакції від 1996 р., на практиці до цього часу майже не застосовувалася АМКУ, через складність доведення об'єктивної сторони правопорушення.

9. Меморандум про співробітництво між АМКУ, Міністерством аграрної політики та продовольства України та Державною службою України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів сприяв посиленню взаємодії між органами влади у системі захисту від недобросовісної конкуренції, та створив сприятливе середовище щодо уникнення проблемних питань пов'язані із обізнаністю споживачів.

10. Для вдосконалення системи захисту від недобросовісної конкуренції в Україні, що в свою чергу буде сприяти зменшенню випадків правопорушень суб'єктами господарювання, необхідно:

- гармонізувати норми національного законодавства до норм ЄС та ратифікувати угоди, що досі не були ратифіковані. Зокрема, однією з яких буде здійснення імплементації нормативних актів України відповідно до Директиви Ради Європи ЄС №2006/114/ЄС «Про введення в оману та порівняльну рекламу».

- внести зміни АМКУ до проекту Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення заходів з протидії недобросовісній конкуренції», що дасть змогу розширити доказову базу при доведенні фактів поширення інформації, що вводить в оману;

- застосувати кримінальні санкції у найважчих випадках порушень задля захисту прав споживачів;
- вдосконалити взаємодію між органами системи органів, що захищають інтереси суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук Г.О. Конкурентне право: захист від недобросовісної конкуренції : підручник. / Г.О. Андрощук, С.В. Шкляр. – К. Київ, 2017. – 471 с.
2. Антимонопольна діяльність : підруч. / В. Д. Лагутін, Л. С. Головка, Ю. І. Крегул та ін. ; за ред. проф. В. Д. Лагутіна. – К. : КНТЕУ, 2005. – 580 с.
3. Бакалінська О.О. Конкурентне право: навч. посіб. / О.О. Бакалінська. – К.: Київ. нац. торг. – екон. ун-т. – 2010. – 588 с.
4. Бакалінська О.О. Проблеми і тенденції доказування фактів недобросовісної конкуренції господарській діяльності / О.О. Бакалінська // Часопис Київського університету права. – № 4. – 2015. – 149 с.
5. Безух О.В. Захист від недобросовісної конкуренції як інститут конкурентного права / О.В. Безух // Підприємництво, господарство і право. – 2001. – №7. – С. 3 – 8.
6. Борисенко З.М. Основи конкурентної політики: Підручник. – К.: Таксон, 2004. – 704 с. – (Exprofesso).
7. Благоразумова О. В. Прояв недобросовісної конкуренції в сфері торгівлі [Електронний ресурс] / О. В. Благоразумова, – Режим доступу до ресурсу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5027>.
8. Ганський О. Проблемні та перспективні: які галузі зараз формують ВВП України [Електронний ресурс] / О. Ганський – Режим доступу : <https://umoloda.kyiv.ua/number/3433/159/131298/>.
9. Гладка В.В. Порівняльна характеристика національного та зарубіжного законодавства в сфері захисту від поширення інформації, що вводить в оману / В.В. Гладка // Підприємництво, господарство і право. – № 9. – 2011. – 132 с.
10. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - №30. – С. 141.

11. Дахно И.И. Англо-русский словарь по интеллектуальной собственности / И.И. Дахно. – Київ: ВІРА – Р, 1997. – 387 с.
12. Деревянко Б.В. Щодо тенденцій формування законодавства про захист від недобросовісної конкуренції / Б.В. Деревянко // Господарське право та господарський процес. – 2014. – №3. – С. 105 .
13. Джуринський О.О. Поняття та основні ознаки недобросовісної конкуренції / О.О. Джуринський // Університетські наукові записки. – 2009. – №3 (31). – С.155-161.
14. Директива ЄС №2005/29/ЄС «Про недобросовісну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку» від 11.05.2005. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>
15. Директива ЄС №2006/114/ЄС «Про рекламу, що вводить в оману та використовує порівняння» від 12.12.2006. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ>
16. Еременко В.И. О пересечении недобросовестной конкуренции. // Вопросы изобретательства. 1992. - №1 – 2. – С. 21 – 32.
17. Звіти Антимонопольного комітету України за 2013-2018 рр.. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/>
18. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР (станом на 15.05.2014 р.) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – С. 141
19. Концепція державної політики розвитку та захисту економічної конкуренції в Україні від 28.12.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=146848&schema=main>
20. Кулібаба В.С. Риски недобросовісної конкуренції за законодавством країн світу / В.С. Кулібаба // Актуальні проблеми держави і права. – 2011. – Вип. 59. – С. 381 .
21. Кулішенко В. С. Захист від неправомірного використання ділової репутації суб'єктів господарювання у конкуренції : дис. канд. юрид. наук / В. С.

Кулішенко ; ін-т економ.-прав. Досліджень НАН України. – Донецьк, 2003.- 195 с.

22. Львов Б. До питання про форми недобросовісної конкуренції у сфері промислової власності / Б. Львов // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2014. – №2. – С. 42-43.
23. Медведєв А. І. Контроль за дотриманням законодавства у сфері конкуренції : навч. посіб. / А. І. Медведєв. – К. : Київ. нац. Торг.- екон. ун-т, 2010. – 228 с.
24. Меморандум про співпрацю між Антимонопольним комітетом України Міністерством аграрної політики та продовольства України Державною службою України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів від 22 грудня 2016 р.[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=132212&schema=main>
25. Науково-практичне видання / Г. О. Андрощук, Т. Б. Бондарев, Н. А. Іваницька, С. В. Шкляр. — К. : ВД «Юридична газета», 2013. —176 с.
26. Национальный институт происхождения и качества (фр. Institut national de l'origine et de la qualite). // Le Gout de l'origine, ouvrage collectif,ed Hachette Livre et INAO – 2005. – 165 с.
27. ОЕСР (2016), Огляди ОЕСР законодавства і політики у сфері забезпечення конкуренції: Україна. 2016 : Звіт про виконання попередніх рекомендацій. С. 16, 20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133482&schema=main>
28. Парашук С. А. Недобросовестная конкуренция : содержание и правовые средства ее пресечения : дис. канд. юрид. наук / С. А. Парашук. – М., 1995.- 180 с.
29. Паризька конвенція про охорону промисловості від 20.03.1883 р. : набула чинності для України 25.12.1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123.
30. Правила професійної етики у конкуренції у сфері господарської діяльності з виготовлення та реалізації кондитерських, харчоконцентратних виробів та

кави в Україні від 20.12.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.amc.gov.ua>.

31. Про Антимонопольний комітет України: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 50. – С. 473.
32. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення прозорості діяльності Антимонопольного комітету України Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 51. – С. 473.
33. Про внесення змін до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 15. – С. 204.
34. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 36. – С. 164.
35. Рекомендаційні роз'яснення Антимонопольного комітету України від 09.08.2016 р. № 39-рр «Щодо застосування положень частин другої, п'ятої та шостої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції», частин першої та другої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»» // 46 база даних «Інформаційно-правові системи ЛІГА:ЗАКОН». URL: <https://ips.ligazakon.net> (дата звернення – 15.02.2019).
36. Рішення № 10/11-р-02-05-17 Тимчасової адміністративної колегії «Про порушення законодавства від недобросовісної конкуренції» від 17 серпня 2017р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=137026&schema=main>
37. Рішення № 127-26.4/266-16 АМКУ «Про порушення законодавства від недобросовісної конкуренції» від 23 листопада 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : –file:///C:/Users/Home/Downloads/document %20(4).pdf

38. Рішення № 141222/12889 АМКУ від 29 грудня 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
–<http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=120092&schema=main>
39. Рішення № 92/32-р-02-02-18 Тимчасової адміністративної колегії «Про порушення законодавства від недобросовісної конкуренції» від 13 грудня 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
–<http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=146643&schema=main>
40. Руденко Т.В. Захист інтересів споживачів від проявів недобросовісної конкуренції / Т.В. Руденко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 2. – С. 62–67
41. Саниахметова Н.А. Правовая защита конкуренции в предпринимательстве Украины / Н.А. Саниахметова. – Одеса: АО Бахва. – 1998. – 244 с.
42. Свядосц Ю.И. Правовая охрана товарных знаков в капиталистических странах / Ю.И. Свядосц. – М.: ВНИИПИ, 1969. – 189 с.
43. Силенко Т. Недобросовісна конкуренція: світові підходи та українські реалії // Т. Силенко, Н. Модленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://pravotoday.in.ua/ua/press-centre/publications/pub-1179/>
44. Угода про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами. Міжнародний документ від 14.06.1994 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/998_012
45. Управління і адміністрування : зб. наук. ст. студ. – Ч.1. – Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2019. – 266 с.
46. Управління у сфері економічної конкуренції : навч. посіб. у 2 т. Топ 2 / В.Д. Лагутін, О.В. Вертелева, О.І. Мінняйло та ін. ; за ред. А.Г. Герасименко – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 352 с.
47. Швець Г. О. Недобросовісна конкуренція в сфері інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / Г. О. Швець – Режим доступу : [file:///C:/Users/Home/Downloads/104924-222513-1-SM%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Home/Downloads/104924-222513-1-SM%20(4).pdf).

48. Burst J.J. Concurrence deloyale et parasitisme / J.J. Burst– Paris: Dalloz, 1993. – 212 p.
49. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/index.html
50. Portal for Competition Law [Электронный ресурс]. – Режим доступа : –<https://uclp.eu/unfair-competition/>
51. Protection against unfair competition [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.esa.int/About_Us/Law_at_ESA/Intellectual_Property_Rights/Protection_against_unfair_competition
52. Recueil systematique du droit federal (RS) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.admin.ch/ch/f/rs/rs.html>.
53. Ripert G. Trade de droit commercial / Ripert G., Roblot R. – Paris, 2001. – T.I. – Vol.1. – 1326
54. The New German Act Against Unfair Competition / J.P. Heidenreich // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iuscomp.org/gla/literature/heidenreich.htm>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Оформлення упаковки «Казковий ключик» виробництва ПАТ «КІЇВХЛІБ»



Оформлення упаковки «Казковий ключик» виробництва ДП «РОШЕН»



Оформлення товару ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод»

