

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економічної теорії та конкурентної політики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Формування системи протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі.

Студента 4 курсу, 17 групи,
спеціальності 073 Менеджмент
Освітньої програми Управління
в сфері економічної конкуренції

Степанчук Вячеслав
Миколайович

Науковий керівник:
доктор економічних наук професор,
професор кафедри економічної
теорії та конкурентної політики

Герасименко Анжеліка
Григорівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

Ясько Юлія Іванівна

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАКТИКА ПРОТИДІЇ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ..	6
1.1. Економічний зміст та форми прояву недобросовісної конкуренції	6
1.2. Інституційно-правові засади протидії недобросовісній конкуренції в Україні	12
1.3. Аналіз практики протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібно торгівлі.....	16
РОЗДІЛ 2. РОЗБУДОВА СИСТЕМИ ПРОТИДІЇ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	23
2.1. Систематизація та удосконалення інструментарію протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібно торгівлі.....	23
2.2. Трансформація способів протидії недобросовісній конкуренції у роздрібній торгівлі в умовах цифровізації та війни.....	27
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	36

ВСТУП

Актуальність обраної теми. Недобросовісна конкуренція може призвести до обману споживачів, неправдивої реклами, продажу низької якості товарів або послуг. Формування ефективної системи протидії недобросовісній конкуренції допоможе забезпечити захист інтересів споживачів, їхню безпеку та задоволення від покупок. Недобросовісна конкуренція порушує принципи рівних умов та справедливої гри на ринку. Формування системи протидії недобросовісній конкуренції сприятиме розвитку справедливої конкуренції. Це підтримає різноманітність та інновації на ринку, а також сприятиме підвищенню якості товарів та послуг. Недобросовісна конкуренція може негативно впливати на підприємців, які діють у межах закону та дотримуються вимог регуляторних органів. Формування системи протидії недобросовісній конкуренції дозволить забезпечити рівні умови для всіх гравців на ринку та заборонити неправомірні практики, що посягають на доброчесний бізнес.

Роздрібна торгівля є важливим сегментом економіки, і її розвиток має прямий вплив на загальний економічний розвиток країни. Широке поширення недобросовісної конкуренції може спричинити зниження довіри споживачів, скорочення обсягів торгівлі та втрату робочих місць. Впровадження системи протидії недобросовісній конкуренції сприятиме створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності та економічного зростання. Захист інтелектуальної власності та інновацій є важливим аспектом формування системи протидії недобросовісній конкуренції. Створення сприятливих умов для розвитку інновацій та захисту прав власників патентів та авторських прав сприяє розширенню можливостей для розвитку нових продуктів і послуг, що сприяє конкурентоздатності роздрібною торгівлі.

Загалом, формування системи протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібною торгівлі є актуальним завданням, оскільки це сприяє захисту інтересів споживачів, розвитку справедливої конкуренції, підтримці законних бізнесів, економічному розвитку та інноваціям. Дана тема має велике значення для

забезпечення стійкого та ефективного функціонування роздрібної торгівлі і створення сприятливого бізнес-середовища.

Стан наукової розробленості проблеми. Проблема формування системи протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі висвітлюється у працях як вітчизняних, так і зарубіжних економістів. Дослідження цієї теми належить таким іноземним вченим: П. Діксон, С. П. Андерсон, Ж. Дж. Габшевич, П. Рей, М. С. Дженсен, В. Мейджорс, Д. Е. Стігліц, Д. А. Акерлоф, Д. А. Міррліс, К. М. Олсен та інші. Внесок у розвиток досліджень цієї теми зробили такі вітчизняні науковці: В. Д. Лагутін, Ю. І. Боровик, О. В. Вертелева, А. В. Мовчан, А.Г. Герасименко, Л.С. Головка та інші.

Необхідно відзначити, що дослідження, пов'язані з формуванням системи протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі, все ще знаходяться на етапі активного розвитку. Велика увага приділяється вивченню недобросовісних практик, виявленню їх причин та наслідків, а також розробці ефективних механізмів регулювання та протидії таким практикам. Продовження досліджень у цьому напрямку сприятиме створенню ефективної системи протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі та покращенню умов для бізнесу та споживачів.

Метою роботи є аналіз сучасних практик недобросовісної конкуренції у сфері роздрібної торгівлі в Україні та розробка на цій основі пропозицій щодо вдосконалення законодавства та регулюючих механізмів з метою забезпечення ефективної системи протидії недобросовісній конкуренції роздрібній торгівлі.

Основними завданнями роботи є такі:

- з'ясувати економічний зміст та форми прояву недобросовісної конкуренції;
- визначити інституційно-правові засади протидії недобросовісній конкуренції в Україні;
- провести аналіз практики протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі;

- розробити пропозиції щодо систематизації та удосконалення інструментарію протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі;
- дослідити трансформацію способів протидії недобросовісній конкуренції у роздрібній торгівлі в умовах цифровізації та війни

Об'єктом дослідження роботи є практики недобросовісної конкуренції у роздрібній торгівлі.

Предметом дослідження є теоретичні засади та практичний інструментарій протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі.

Методи дослідження. Основу дослідження склали сучасні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Зокрема, для оцінки стану конкурентного середовища, тенденцій та перспектив було використано такі наукові методи: аналіз та синтез, узагальнення, абстрагування. Метод індукції було застосовано при дослідженні впливу цифровізації та війни на протидію недобросовісній конкуренції в роздрібній торгівлі.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути застосовані на мікрорівні підприємств роздрібної торгівлі для визначення векторів ефективного розвитку, а на макрорівні – при вдосконаленні законодавства, можуть послужити підґрунтям для внесення змін щодо протидії недобросовісній конкуренції в Україні, приведення законів у відповідність до європейських стандартів. Проведене кваліфікаційне дослідження допоможе створити конкурентне середовище, в якому підприємства будуть конкурувати на основі якості продукції та послуг, інновацій та кращого обслуговування споживачів.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи займає 33 сторінки комп'ютерного тексту, в тому числі 1 рисунка, 2 таблиці. Список використаних джерел нараховує 45 позиції.

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПРАКТИКА ПРОТИДІЇ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Економічний зміст та форми прояву недобросовісної конкуренції

Постійність і багатогранність конкуренції робить необхідним дослідження історії цього питання, еволюції розуміння сутності конкуренції, і навіть відображення даного явища в нормативних актах. Такий підхід, з одного боку, цікавий для розуміння суті економічного суперництва, з другого – важливий для подальшого вдосконалення механізму регулювання конкурентних відносин на етапі суспільного розвитку.

Заслуговує на увагу той факт, що поняття конкуренції детально досліджувалося науковцями ще наприкінці XIX — на початку XX ст. і згодом знайшло свій відбиток у законодавчих актах різних країн світу. Так, наприклад, В. Шретер зазначив, що саме собою явище недобросовісної конкуренції не нове: «уже в Середньовіччі, в епоху панування цехового ладу та феодалських регалій, у тісних рамках дозволеної конкуренції, при порівняльній нечисленності суперників, гонитва за покупцем викликала недобросовісні прийоми як щодо публіки, так і конкурентів» [1, с.167].

Вважають, що вперше державне регулювання відносин у сфері конкуренції почали здійснювати у Сполучених Штатах Америки. Правова основа - Федеральний Закон Шермана 1890 р., Закон Клейтона і Закон «Про федеральну комісію з торгівлі» 1914 р. Проте окремі факти дозволяють говорити про більш ранні задатки правового регулювання конкурентних відносин [2].

Більш детальне опрацювання питань недобросовісної конкуренції розпочалося наприкінці XIX ст. Цивільний кодекс Франції 1804 р. у ст. 1382 встановлював, що «будь-яка дія, що завдала шкоди іншій особі, зобов'язує того, хто його вчинив – відшкодувати його» [3].

У Німеччині з 1896 р. існує закон, який регулював прийоми комерційного суперництва. Так само як і у Франції, встановлювався генеральний делікт згідно з

параграфу 826 Німецького громадянського положення: «Хто навмисне завдасть шкоди іншому неприємним шляхом, той повинен відшкодувати йому цю шкоду» [4].

Іншим визначенням недобросовісної конкуренції є використання підривних методів для зниження конкурентоспроможності інших підприємств. Це включає в себе шахрайство, підробку товарів, зловживання домінуючим становищем на ринку, зниження цін до нерентабельного рівня і т.д. [5, с. 371-376].

Відповідно до Закону України «Про захист недобросовісної конкуренції», недобросовісна конкуренція означає будь-яку конкурентну поведінку, яка суперечить торговій та іншій добросовісній практиці господарської діяльності. Поняття «чесна практика» відображає моральні, соціальні та економічні традиції, які існують у конкретному суспільстві, і як такий термін може тлумачитися по-різному в різних країнах.

Підсумовуючи, можна визначити недобросовісну конкуренцію як будь-яку незаконну діяльність суб'єкта господарювання, яка порушує загальноприйняті правила, торгові та інші чесні звичаї підприємницької діяльності. Тобто суб'єкт господарювання несумлінно веде господарську діяльність, встановлює певні перешкоди конкуренції, внаслідок чого отримує неправомірну вигоду, що називається недобросовісною конкуренцією.

Недобросовісна конкуренція проявляється через такі дії:

- неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання;
- створення перешкод суб'єктам господарювання і підприємцям у процесі конкуренції та досягненні неправомірних переваг у конкуренції;
- неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці [6, с.172-197].

До неправомірного використання ділової репутації можна віднести наступні дії: незаконне використання позначень, товарів іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду продукту; проведення порівняльної реклами.

Використання назв, фірмових найменувань, торговельних марок, рекламних матеріалів, дизайну упаковки товарів і періодичних видань, а також інших

позначень без дозволу суб'єкта господарювання, який раніше почав їх використовувати, є незаконним. Використання фірмового найменування, що містить власне ім'я фізичної особи, не вважається протиправним, якщо додатково використовуються відмітні елементи, що унеможливляють плутанину з діяльністю іншого суб'єкта господарювання [6, с.172-197].

Неправомірне використання товару іншого виробника полягає в тому, що товар іншого виробника вводиться в господарський обіг під власним позначенням шляхом зміни або видалення позначень виробника без дозволу відповідної уповноваженої особи.

Копіювання зовнішнього вигляду виробу включає в себе реплікацію зовнішнього вигляду виробу іншого суб'єкта господарювання та введення його в господарський обіг без явного зазначення виробника копії, що може призвести до сплутування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання.

Відтворення зовнішнього вигляду продукту або його частин є законним, якщо таке відтворення призначене виключно для його функціонального використання. Копіювання зовнішнього вигляду товару як акту недобросовісної конкуренції не поширюється на товари, які захищені інтелектуальною власністю.

Якщо порівняльна реклама містить порівняння з товарами, роботами, послугами або діяльністю іншого комерційного суб'єкта та надана інформація про ці елементи є підтверджена фактичними даними, достовірна, об'єктивна та корисна для інформування споживачів, то така реклама не вважається неправомірним порівнянням [6, с.172-197].

«До створення перешкод суб'єктам господарювання (підприємцям) у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції належать: дискредитація суб'єкта господарювання, схилення до бойкоту суб'єкта господарювання, схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника), підкуп працівника, посадової особи постачальника, підкуп працівника, посадової особи покупця (замовника), досягнення неправомірних перевагу конкуренції, поширення інформації, що вводить в оману» [6, с.172-197].

Дискредитація суб'єкта господарювання - поширення в будь-якій формі неправдивої, недостовірної або неповної інформації про осіб чи діяльність суб'єкта господарювання, у тому числі інформації про його товари, що завдає шкоди, заподіює або може завдати шкоди комерційній репутації суб'єкта господарювання.

Схильність до бойкоту суб'єкта господарювання - це спонукання його конкурентами безпосередньо чи через іншу особу інших осіб до відмови від договірних відносин, встановлених із суб'єктом господарювання, до невиконання (розірвання) або неналежного виконання договірних зобов'язань до початку суб'єкт господарювання.

Підкупом працівника, посадової особи постачальника є пропозиція або пропозиція конкурентом покупця (замовника) матеріальної чи іншої вигоди йому безпосередньо чи через інших осіб в обмін на неналежне виконання або невиконання працівником своїх зобов'язань, посадова особа Постачальник, службові обов'язки якого виникають у зв'язку з укладенням договору поставки товарів, договору на виконання робіт, договору про надання послуг або відсутністю договору Інша особа приймає рішення від імені Постачальника відповідно до його повноважень щодо поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, впливати або якимось чином стосуватися прийняття таких рішень, рівнозначні працівникам Постачальника.

Підкупом працівників, посадових осіб покупця (замовника) є пропозиція або пропозиція матеріальної чи іншої вигоди конкурентам постачальника безпосередньо чи через інших осіб в обмін на неналежне виконання або невиконання працівниками або посадовими особами покупця (замовника) Покупець (замовник)) договір між постачальником і покупцем (замовником), який укладає договір поставки товарів, договір виконання роботи, договір надання послуг або службове зобов'язання, що виникає внаслідок неукладення іншого договору або пов'язані з укладенням договору. Інша особа, яка відповідно до своїх повноважень приймає рішення про закупівлю товарів, виконання робіт,

надання послуг від імені покупця, впливає на прийняття таких рішень або має до них певний зв'язок, вважається працівником покупця. .

Одержання неправомірної переваги в конкуренції означає отримання такої переваги над іншим суб'єктом господарювання шляхом порушення чинного законодавства, що підтверджується рішенням органу державної влади, органу місцевого самоврядування відповідної компетенції.

Поширення інформації, що вводить в оману - це поширення неповної, недостовірної, неправдивої інформації суб'єктом господарювання безпосередньо чи через іншу особу одній, кільком або невизначеним групам осіб, у тому числі в рекламі, за допомогою способів викладу, окремих помилок, або неясності предмета, що впливають або можуть вплинути на намір придбати (укласти договір) чи реалізувати (продаж, поставку, виконання, пропонування) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

«Інформацією, що вводить в оману є, зокрема, відомості, які:

- містять неповні, неточні або неправдиві дані про проходження товару, виробника, продавця, способу виготовлення, джерела та способу придбання, реалізації, кількості, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;

- містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;

- приписують суб'єкту господарювання повноваження та права, яких він не має, або в яких не перебуває; містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації» [6, с.172-197].

Незаконне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці є серйозними порушеннями, що можуть завдати шкоди суб'єкту господарювання. Комерційна таємниця включає в себе інформацію, пов'язану з виробничими, технічними, фінансовими та іншими аспектами діяльності підприємств, яка не є

державною таємницею і розголошення якої може завдати шкоди інтересам підприємства.

Комерційна таємниця - це інформація, пов'язана з виробничою, технічною, фінансовою та іншими аспектами діяльності підприємств, яка не віднесена до державної таємниці і розголошення (передача, розголошення) якої може завдати шкоди інтересам підприємства. Комерційна таємниця може включати такі важливі відомості, як інноваційні розробки, процеси виробництва, торговельні секрети, стратегічні плани, клієнтські списки, фінансові документи, методи маркетингу та інші конфіденційні дані, які мають велику комерційну цінність для підприємства.

Незаконне здобування комерційної таємниці вважається незаконним привласненням інформації та, згідно з законодавством України, вважається комерційною таємницею, якщо таке здобування завдає або може завдати шкоди суб'єкту господарювання. Розголошення комерційної таємниці відбувається без дозволу уповноваженої особи, особою, якій інформація була довірена або повідомлена, і відповідно до законодавства України. Розголошення такої інформації є порушенням комерційної таємниці та може завдати шкоди суб'єкту господарювання в контексті виконання відповідних обов'язків.

Схильність до розголошення комерційної таємниці полягає в спонуканні осіб, яким у встановленому порядку довірено або відоме виконання відповідних обов'язків. Відповідно до законодавства України така інформація становить комерційну таємницю, до розголошення цієї інформації, якщо це спричиняє або може спричинити шкоди суб'єкту господарювання.

Схильність до розголошення комерційної таємниці проявляється у спонукальній дії на осіб, яким у встановленому порядку була довірена або повідомлена відповідна інформація. Згідно з законодавством України, така інформація вважається комерційною таємницею, а розголошення такої інформації без дозволу може завдати шкоди суб'єкту господарювання.

1.2. Інституційно-правові засади протидії недобросовісній конкуренції в Україні

Україна має розвинену систему інституційно-правових засад для протидії недобросовісній конкуренції. Основні інституції, що відповідають за забезпечення дотримання законодавства про недобросовісну конкуренцію, це:

1. Антимонопольний комітет України (АМКУ) - головний орган у державі, який забезпечує дотримання антимонопольного законодавства, в тому числі і законодавства про недобросовісну конкуренцію. Для виконання своїх завдань АМКУ виконує наступні функції:

- Моніторинг додержання законодавства про захист економічної конкуренції та захист прав споживачів.
- Розслідування порушень антимонопольного законодавства та захист прав споживачів від недобросовісної діяльності підприємств.
- Проведення аналізу конкуренції на ринку з метою виявлення можливих антимонопольних порушень.
- Видача рекомендацій щодо удосконалення законодавства та політики в галузі захисту конкуренції на ринку.
- Проведення конкурсних торгів та інших процедур у сфері державних закупівель з метою забезпечення відкритості та конкуренції на ринку.
- Розгляд скарг та звернень громадян та підприємств щодо порушень антимонопольного законодавства та захисту прав споживачів.
- Забезпечення діалогу зі стейкхолдерами та іншими зацікавленими особами з метою удосконалення законодавства та політики в галузі захисту конкуренції [7].

2. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів (Держспоживслужба) - орган, який забезпечує захист

прав споживачів, в тому числі і захист від недобросовісної конкуренції. Основні функції Держспоживслужби включають наступні:

- Контроль якості та безпеки продуктів харчування та предметів побуту, що знаходяться на ринку України.
- Проведення інспекцій та розслідувань у випадках порушення законодавства про захист прав споживачів.
- Захист прав споживачів на якість та безпеку товарів та послуг, які пропонуються на ринку України.
- Ведення державного реєстру продуктів харчування та предметів побуту, які можуть бути небезпечними для здоров'я та життя споживачів.
- Розробка та впровадження нормативно-правових актів з питань захисту прав споживачів та безпеки продуктів харчування.
- Координація та співпраця з іншими органами державної влади та місцевого самоврядування в галузі захисту прав споживачів та безпеки продуктів харчування.
- Надання консультацій та інформації споживачам з питань захисту їх прав.
- Популяризація та забезпечення виконання вимог законодавства про захист прав споживачів [8].

3. Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент) - орган, що здійснює державну реєстрацію і охорону інтелектуальної власності, в тому числі патентів на промислові зразки та товарні знаки, що дозволяє захищати підприємства від недобросовісних дій конкурентів. Основними функціями Укрпатенту є:

- Реєстрація об'єктів інтелектуальної власності, таких як патенти на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки, географічні зазначення та авторські права.
- Надання правової охорони та захисту прав власників об'єктів інтелектуальної власності від порушень.

- Проведення експертизи на відповідність вимогам законодавства про інтелектуальну власність.
- Популяризація інтелектуальної власності та розвиток інноваційної діяльності в Україні.
- Участь у визначенні державної політики в галузі інтелектуальної власності та розробці відповідних нормативних актів.
- Взаємодія з іншими організаціями, національними та міжнародними організаціями з питань інтелектуальної власності.
- Проведення наукових та дослідницьких робіт в галузі інтелектуальної власності та її захисту.
- Надання консультацій та інформації з питань інтелектуальної власності [9].

4. Міністерство економіки (Мінекономіки) - орган влади, що відповідає за розвиток економіки країни, в тому числі і за забезпечення вільної та справедливої конкуренції на ринку.

5. Судова система України - суди відповідають за розгляд справ про порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію та прийняття рішень у таких справах.

Дані інституції мають тісний взаємозв'язок. АМКУ та Держспоживслужба взаємодіють у випадках, коли порушується законодавство про захист прав споживачів, а також у випадках, коли відбувається недобросовісна конкуренція, яка може шкодити інтересам споживачів.

Законодавство про захист від недобросовісної конкуренції застосовується в тих випадках, коли підприємства вчиняють дії, які мають на меті унеможливити чи обмежити конкуренцію на ринку, шляхом укладання договорів, узгодження цін, використання свого домінуючого становища на ринку, тощо. АМКУ відповідає за регулювання та контроль за додержанням антимонопольного законодавства в Україні, тому цей орган виступає головним у боротьбі з недобросовісною конкуренцією на ринку.

Законодавство про захист прав споживачів застосовується в тих випадках, коли підприємства надають споживачам недостовірну чи неповну інформацію про свої товари та послуги, порушують права споживачів на безпечність та якість продукції, встановлюють неправомірні умови продажу тощо. Держспоживслужба відповідає за забезпечення захисту прав споживачів в Україні, тому цей орган виступає головним у боротьбі з порушеннями прав споживачів на ринку. Наприклад, якщо компанія зловживає своїм домінуючим становищем на ринку та пригнічує конкурентів, АМКУ може застосувати законодавство про захист від недобросовісної конкуренції. У той же час, якщо компанія продала шкідливий продукт, який порушує стандарти безпеки, то Держспоживслужба може застосувати законодавство про захист прав споживачів.

Укрпатент відповідає за реєстрацію та захист прав інтелектуальної власності, таких як патенти, винаходи, корисні моделі, торгові марки тощо. Якщо порушення прав інтелектуальної власності мають вплив на конкуренцію на ринку, АМКУ може залучати Укрпатент до вирішення цих питань.

Мінекономіки відповідає за розвиток економіки та підтримку підприємництва в Україні. У разі, коли законодавство про захист від недобросовісної конкуренції чи права споживачів потребують змін або доповнень, Мінекономіки може залучатися до розробки відповідного законодавства.

Судова система України відповідає за розгляд справ у судах з питань недобросовісної конкуренції, порушень прав споживачів та прав інтелектуальної власності. Якщо АМКУ чи Держспоживслужба виявляють порушення на ринку, вони можуть подати до суду відповідну позовну заяву. Судова система України вирішує справи згідно з відповідним законодавством та встановлює відповідні санкції для порушників.

Україна також має ряд законодавчих актів, що регулюють відносини у сфері недобросовісної конкуренції, зокрема:

1. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 року № 236/96-ВР. Цей закон визначає поняття недобросовісної

конкуренції, встановлює правила її запобігання та припинення, а також встановлює відповідальність за порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію.

2. Кодекс України про адміністративні правопорушення. Він містить норми, що стосуються адміністративної відповідальності за порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію.

3. Кримінальний кодекс України. Він містить статті, що передбачають кримінальну відповідальність за порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію.

4. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року № 1023-XII. Цей закон містить відповідні положення, що регулюють діяльність суб'єктів господарювання відносно захисту прав споживачів від недобросовісної конкуренції.

5. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. Цей закон встановлює вимоги до реклами, визначає порядок її розповсюдження та регулює відносини в сфері реклами з метою запобігання недобросовісній конкуренції [10].

1.3. Аналіз практики протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібної торгівлі

Для аналізу розглянемо статистику АМКУ припинених порушень недобросовісної конкуренції за останні роки. З рис.1.1 можна зробити висновок, що поступово, кількість порушень недобросовісної конкуренції йде на спад. Зниження кількості справ по недобросовісній конкуренції в Україні може бути пов'язане з кількома факторами. По-перше, можливо, що компанії все частіше вирішують спірні питання за позапроцедурним шляхом або знаходять інші способи вирішення конфліктів. По-друге, можливо, що справи порушені АМКУ стають більш складними та тривалими, тому компанії не хочуть витрачати час та гроші на такі справи. По-третє, можливо, що АМКУ не має достатніх ресурсів



Для більш детальної статистики необхідно розглянути структуру самих справ

**Детальний розподіл припинених порушень недобросовісної конкуренції,
2014-2022 рр.**

[illegible]

торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності (ст. 1)									
Схилення до бойкоту суб'єкта господарювання (ст. 10)	-	-	-	-	-	-	-	2	-
Інші порушення	6	4	9	4	6	4	-	-	-
Усього:	650	432	276	256	168	168	147	110	27

Джерело побудовано автором за даними [11-19].

Як ми можемо бачити, більшість порушень стосуються ст. 15 Поширення інформації, що вводить в оману.

Одна з причин, чому більшість порушень недобросовісної конкуренції стосується поширення недостовірної інформації обумовлено інформаційною революцією і обумовленим нею переходом від домінування цінової конкуренції до домінування нецінової.

Також важливо зазначити, що певні законодавчі та регуляторні прогалини українського законодавства можуть сприяти поширенню недостовірної інформації. Наприклад, недостатній контроль з боку влади за інформацією, яка поширюється на ринку, може дозволити компаніям використовувати недостовірну рекламу та маркетингові прийоми.

Розглянемо на прикладі 2022 року, які справи про недобросовісну конкуренцію стосувались саме роздрібної торгівлі.

«Верховний Суд підтримав позицію Антимонопольного комітету України у справі проти ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» щодо копіювання ним упаковки лікарського засобу «Цитрамон» від 30 грудня 2022 року. АМКУ оштрафував на 10 млн 191 тис. грн ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» за використання схожого зовнішнього пакування ліків «Цитрамон-Дарниця» (виробник - ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця») під час виробництва власного продукту – пігулок «Цитрамон-Здоров'я». В даній справі була порушена стаття 4, а саме неправомірне використання чужих позначень» [20].

«Антимонопольний комітет України 30 грудня 2022 року оштрафував товариство з обмеженою відповідальністю «ФАБРИКА МОРОЗИВА ХЛАДОПРОМ» за поширення на упаковках морозива «пломбір» його

виробництва неправдивої інформації про склад продукту. Під час дослідження було виявлено, що ТОВ «ФМ ХЛАДОПРОМ» на упаковках морозива вказував інформацію про наявність у його складі коров'ячого молока. Водночас Комітет у ході проведення дослідження встановив, що у вересні та листопаді 2020 року ТОВ «ФМ ХЛАДОПРОМ» не закуповувало коров'ячого молока та, відповідно, не використовувало його при виготовленні морозива «пломбір». Натомість виробник замінив у складі свого продукту питне коров'яче молоко на інший інгредієнт - сухе знежирене молоко. В даній справі була порушена стаття 15, а саме поширення інформації, що вводить в оману» [21]. Хоча в даному випадку доцільним було б порушення Держспоживслужбою законодавства про захист прав споживачів, так як справа, перш за все, стосується порушень норм ДСТУ.

«Антимонопольний комітет України 29 грудня 2022 року оштрафував товариство з обмеженою відповідальністю «Миколаївмолпром» за неправдиве маркування продукції».

«У 2020 році органи Державної служби з питань безпечності харчових продуктів та прав споживачів під час перевірки комунального підприємства з організації дитячого харчування у місті Миколаїв зафіксували факт використання «масла», що на 58% складалося з немолочних жирів. Водночас на упаковці цього продукту виробник назвав свій продукт «маслом солодковершковим селянським 72,5%».

«Також органи Держпродспоживслужби зафіксували факт реалізації в одній з торгових мереж України ще одного продукту виробництва ТОВ «Миколаївмолпром» – «сиру твердого українського 50% жиру». У складі цього продукту було виявлено стерини – складники рослинного жиру. В даній справі була порушена стаття 15, а саме поширення інформації, що вводить в оману» [22]. В даній справі дослідження вже проводила Держспоживслужба, АМКУ накладала штраф згідно отриманої копії висновків. В той час як в минулій справі, згідно матеріалів дослідження проводив сам АМКУ, що виглядало досить дивним.

«Верховний суд України на засіданні 30 серпня 2022 року підтримав позицію Антимонопольного комітету України у справі проти вітчизняного виробника вин - НВП «Нива» ТОВ. Інформація, поширена НВП «Нива» ТОВ на контретикетках вин «LAMBRUSCO», не відповідає дійсності, може ввести в оману споживача та спонукати його придбати саме цей продукт, на основі хибного розуміння написів на етикетках. В даній справі була порушена стаття 15, а саме поширення інформації, що вводить в оману» [23].

«Верховний Суд 16 серпня 2022 року підтримав позицію Антимонопольного комітету України та усіх попередніх судових інстанцій у справі проти ТОВ «СП «АКВАВІНТЕКС». У 2020 році АМКУ оштрафував компанію на 693 252 гривні за порушення, у вигляді повідомлення неточних відомостей на етикетках та контретикетках вина «ALAZANI VALLEY SHEREULI» (білого напівсолодкого та червоного напівсолодкого) власного виробництва, які можуть свідчити та бути сприйнятими як інформація про іноземне походження цих напоїв» [24].

«Справу у 2018 році було порушено за заявою споживача, який поскаржився до АМКУ на те, що вказані на етикетці вина відомості грузинською мовою та нанесені зображення ввели його в оману й спонукали придбати товар. Заявник був впевнений, що придбав вино виробництва Республіки Грузія, що не відповідало дійсності» [24].

«Проаналізувавши наявні дані Комітет встановив, що позначення та написи розміщені на етикетках напою таким чином, що можуть ввести в оману споживача щодо країни-виробника напою. В той час як він виготовлявся в Україні та не містив виноматеріалів грузинського походження. В даній справі була порушена стаття 15, а саме поширення інформації, що вводить в оману» [24].

Проаналізувавши справи, які стосувались роздрібної торгівлі ми бачимо наступну картину: стаття 15, а саме поширення інформації, що вводить в оману – зустрічалась 4 рази, стаття 4, а саме неправомірне використання чужих позначень - зустрічалась 1 раз.

Така тенденція означає, що випадки недобросовісної конкуренції частіше за все стосуються саме введення в оману споживача, щоб збільшити свою частку на ринку та витіснити конкурентів.

Ця тенденція може призвести до погіршення якості послуг та товарів, які надаються на ринку, оскільки конкуренти можуть зосередитись на збільшенні продажів замість поліпшення якості своїх продуктів та послуг. Також це може призвести до зниження довіри споживачів до компаній в цій галузі, які діють недобросовісно. У кінцевому підсумку, це може мати негативний вплив на економіку в цілому, оскільки недобросовісна конкуренція може знизити рівень довіри в бізнес та вплинути на прибутковість підприємств.

Висновки до розділу 1

За результатами проведеного у розділі дослідження сформульовано такі висновки.

1. Недобросовісна конкуренція - це дії підприємств, спрямовані на отримання переваги на ринку через порушення правил конкуренції, що є недопустимим з погляду економіки та законодавства.

Основні форми прояву недобросовісної конкуренції включають наступне:

Неправомірне використання ділової репутації, до нього відносять: неправомірне використання позначень, товару іншого виробника, копіювання зовнішнього вигляду виробу, порівняльна реклама.

Створення перешкод суб'єктам господарювання (підприємцям) у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, до нього належать: дискредитація суб'єкта господарювання, схилення до бойкоту суб'єкта господарювання, схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника), підкуп працівника, посадової особи постачальника, підкуп працівника, посадової особи покупця (замовника), досягнення неправомірних перевагу конкуренції, поширення інформації, що вводить в оману.

Незаконне збирання, розголошення та використання відомостей, що становлять комерційну таємницю, включає такі діяння: незаконне збирання комерційної таємниці, розголошення комерційної таємниці, схильність до розголошення комерційної таємниці, незаконне використання комерційної таємниці.

2. Основні інституції, що відповідають за забезпечення дотримання законодавства про недобросовісну конкуренцію, це: Антимонопольний комітет України, Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, Український інститут інтелектуальної власності, Міністерство економіки України, судова система України.

Державні інституції, такі як АМКУ та Держспоживслужба, мають тісний взаємозв'язок і співпрацюють у випадках недобросовісної конкуренції та порушення прав споживачів. Законодавство про захист від недобросовісної конкуренції застосовується, коли підприємства вчиняють дії, що обмежують конкуренцію на ринку, а АМКУ відповідає за контроль та регулювання цього. Законодавство про захист прав споживачів застосовується, коли підприємства порушують права споживачів, а Держспоживслужба відповідає за захист цих прав. Конкретні випадки застосування законодавства залежать від обставин та фактів кожного окремого випадку. Укрпатент реєструє та захищає права інтелектуальної власності, Мінекономіки розвиває економіку та допомагає у розробці законодавства, а судова система України розглядає справи з питань недобросовісної конкуренції, прав споживачів та прав інтелектуальної власності. АМКУ та Держспоживслужба можуть залучати ці органи до вирішення питань, що стосуються порушення прав на ринку.

3. Більшість порушень у сфері недобросовісної конкуренції, що реалізуються у сфері роздрібно́ї торгівлі, стосується розповсюдження неправдивої інформації. Ця тенденція може призвести до погіршення якості продуктів та послуг, а також зниження довіри споживачів до компаній, що діють недобросовісно. У кінцевому підсумку, це може мати негативний вплив на економіку в цілому, оскільки недобросовісна конкуренція може знизити рівень

довіри в бізнес та вплинути на прибутковість підприємств. Важливо також відзначити, що законодавчі та регуляторні прогалини в українському законодавстві можуть сприяти поширенню неправдивої інформації, а взаємодія контролюючих органів потребує доопрацювання. Проте не можливо сказати, що її немає, для аналізу того, чи іншого продукту – АМКУ тісно співпрацює з Держспоживслужбою. Саме у розвитку взаємозв'язків між контролюючими органами можна вбачати розвиток від недобросовісної конкуренції в Україні.

РОЗДІЛ 2. РОЗБУДОВА СИСТЕМИ ПРОТИДІЇ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

2.1. Систематизація та удосконалення інструментарію протидії недобросовісній конкуренції у сфері роздрібно́ї торгівлі

Інструментарій для протидії недобросовісній конкуренції - це сукупність заходів, які можуть бути використані для боротьби зі зловживаннями підприємств на ринку, що призводять до перекручення конкуренції та порушення правил гри. Ці інструменти можуть включати законодавчі та регуляторні механізми, процедури відшкодування шкоди, адміністративні санкції, судову юрисдикцію, а також підтримку міжнародного співробітництва. Інструментарій для протидії недобросовісній конкуренції може бути використаний для забезпечення рівних умов у сфері бізнесу та захисту прав споживачів, що є важливими елементами розвитку економіки та підтримки інноваційного середовища.

Зважаючи на різноманітність інструментів, які можуть бути використані для боротьби з недобросовісною конкуренцією в Україні, їх можна систематизувати за такими категоріями. (Табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Інструментарій для протидії недобросовісній конкуренції

№	Категорія	Інструментарій
---	-----------	----------------

1	Способи виявлення недобросовісної конкуренції	Скарги. Моніторинг товарних пропозицій – постійний аналіз цін, асортименту та умов продажу товарів на ринку. Моніторинг рекламних повідомлень – аналіз рекламних акцій, тверджень та повідомлень з метою виявлення неправдивої реклами та інших порушень правил конкуренції. Ціновий моніторинг виконується шляхом збору і аналізу інформації про ціни з різних джерел, включаючи цінові каталоги, інтернет-магазини та інші джерела. Аналіз фінансової діяльності – вивчення фінансової звітності підприємств з метою виявлення можливих порушень, таких як штучне заниження цін, зловживання фінансовим станом для виключення конкурентів або інші фінансові маніпуляції, спрямовані на недобросовісну конкуренцію.
---	---	--

Продовження табл. 2.1

2	Способи розслідування справ про недобросовісну конкуренцію	Збір доказів, перевірка фінансових звітів, проведення опитувань, запити на надання інформації та інші заходи, спрямовані на встановлення фактів порушень. Експертиза товарів та послуг – порівняння тверджень про якість товарів з фактичними характеристиками, визначення відповідності товарів нормативним вимогам та стандартам. Експертиза товарів та послуг може включати фізичне або лабораторне тестування, аналіз якості, безпеки, ефективності чи інших характеристик. Порівняння товарів конкурентів: Розслідування включає порівняння товарів та послуг конкурентів з метою виявлення недостовірних чи обманливих тверджень про переваги власного товару або послуги. Проведення опитувань та досліджень: опитування споживачів, проведення досліджень і фокус-груп дозволяють зібрати відгуки, думки та досвід споживачів щодо продуктів та послуг, а також виявити можливі недобросовісні практики. Збір інформації про компанії та їх діяльність, документальних даних та інформації про компанії, їх структуру, фінансовий стан, рекламні кампанії тощо. Цей процес може включати запити на інформацію, аудиторську перевірку та аналіз фінансової звітності компаній. Виїзні перевірки. Міжнародне співробітництво, що включає обмін інформацією, досвідом та нормами з іншими країнами, а також спільні розслідування та координацію заходів протидії недобросовісній конкуренції.
3	Адвокатування добросовісної конкуренції	Заохочення та підтримка добросовісної конкуренції шляхом популяризації цінностей конкуренції, надання консультацій та рекомендацій стосовно дотримання правил конкуренції.

Джерело: складено автором за даними [8-10, 30]

Таким чином, різноманітність інструментів, що можуть бути використані для боротьби з недобросовісною конкуренцією в Україні, охоплює законодавчу базу, регуляторні та контрольні органи, судові органи, органи міжнародного співробітництва та інформаційну підтримку. Використання цих інструментів сприятиме забезпеченню економічної конкуренції в Україні та запобіганню недобросовісній конкуренції.

Незважаючи на велику кількість законодавчих актів, які захищають економічну конкуренцію, порушення таких законів все ще залишаються досить поширеними у сучасному світі. Перед підписанням Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, Україна розуміла необхідність вдосконалення свого законодавства про конкуренцію, щоб відповідати європейським стандартам та сприяти поглибленню співпраці з ЄС. Антимонопольний комітет України проводив роботу на державному рівні, щоб вирішити основні питання, такі як установлення санкцій та покарань за порушення законодавства про конкуренцію, розслідування картелів, регулювання процесів концентрації суб'єктів господарювання та надання АМКУ повноважень розслідувати справи щодо обмеження чи недопущення економічної конкуренції. Органи влади вдосконалювали своє законодавство досить швидко перед підписанням Угоди про асоціацію з ЄС, збільшивши порогові значення вартісних показників, для яких потрібен дозвіл на концентрацію, і змінивши систему встановлення штрафів за порушення конкурентного законодавства [25]. Водночас системи протидії недобросовісній конкуренції ці зміни майже не торкнулися, тоді як у ЄС діє цілий ряд відповідних директив, досвід роботи яких варто використати в Україні.

Для покращення нашого законодавства можна розглянути Директиву 2005/29/ЄС Європейського Парламенту та Ради, від 11 травня 2005 року, щодо недобросовісної комерційної практики між бізнесом і споживачем на внутрішньому ринку. Директива 2005/29/ЄС має на меті гармонізацію

законодавства між країнами-членами Європейського Союзу та забезпечення високого рівня захисту споживачів у внутрішньому ринку [26].

Директива покриває не тільки традиційні недобросовісні практики визначені вище у першому розділі роботи та регульовані в Україні, але й, наприклад, передбачає заборону агресивних методів продажу, які можуть негативно впливати на розумність та волю споживачів. Це включає психологічний тиск, незаконний вплив на розум або емоції споживачів та надмірне переслідування. Крім того директива встановлює механізми захисту прав споживачів, включаючи право на інформованість, право на скаргу та право на відшкодування. Вона також визначає обов'язки бізнесу щодо чесної та прозорої комерційної діяльності [26].

Іншим прикладом для наслідування, важливим у контексті отримання Україною статусу кандидата на членство в ЄС, є Директива 2006/114/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року, що регулює обманливу та порівняльну рекламу. Ця Директива встановлює вимоги до чесності та точності рекламних повідомлень. Вона забороняє будь-яку форму реклами, яка може бути обманливою щодо свого змісту, включаючи маніпулятивні заяви, недостовірну інформацію або утворення неправдивих уявлень [27].

Щодо порівняльної реклами, то Директива вимагає, щоб порівняння були чесними, об'єктивними, зробленими на основі однакових критеріїв та надавали достовірну інформацію споживачам [27]. Ці принципи розкриваються у прикладах застосування відповідної директиви Європейською комісією та національними конкурентними відомствами і ж важливими для України, в якій нормативний досвід дозволеної порівняльної реклами ледве нараховує 5 років, а реальний – і того менше.

Процес глобалізації економіки та соціального життя призвів до того, що проблема створення ефективного механізму захисту конкуренції від будь-яких обмежень наразі виникла на міжнародному рівні. Приєднання України до СОТ у 2008 році зумовило потребу врахувати принципи добросовісної конкуренції в межах цієї організації [28]. На глобальному рівні різні аспекти конкурентної політики поступово стають інституціоналізованими. Згідно з Угодою СОТ про

застосування антидемпінгових процедур, уряди держав-членів мають право прийняти відповідні заходи проти товарів, що ввозяться в країну за демпінговими цінами, якщо це завдає значної шкоди місцевим виробникам у цій країні [29].

Конкурентне законодавство складне та потребує балансу між саморегулюванням та державним регулюванням, але воно є основою ефективної правової системи регулювання в економіці [30, с. 53]. Створення єдиної внутрішньо скоординованої системи регулювання конкуренції є важливою умовою розвитку ринкової економіки в Україні.

2.2. Трансформація способів протидії недобросовісній конкуренції у роздрібній торгівлі в умовах цифровізації та війни

З появою цифровізації роздрібна торгівля все частіше переходять в хмарний простір. Для здійснення таких угод існують цифрові платформи. Цифрові платформи - це веб-простір, де відбувається обмін інформацією, послугами, товарами та іншою взаємодією між різними учасниками ринку, такими як виробники, постачальники, розробники, партнери, користувачі, клієнти та інші [31]. Для регулювання новітнього цифрового економічного простору в ЄС з 2015 року було введено в дію Єдиний цифровий ринок - документ Єдиного європейського ринку [32]. Цей документ включає в себе такі сфери, як цифровий маркетинг, електронна комерція та телекомунікації.

В Україні найбільшими представниками цифрових платформ для роздрібно торгівлі є: «Rozetka», «Prom.ua», «Bigl.ua», поєднані відносинами контролю, а також «Епіцентр Маркетплейс», «F.ua», «Kasta», «Zakupka», «АЛЛО маркетплейс», «Made With Bravery», «OLX». Вони мають досить низький поріг для входження, у порівнянні з офлайн ритейлом, який потребує значних витрат для розміщення власної продукції [33].

Цифрові платформи мають великий вплив на цифрові ринки, а їх унікальність та конкурентоспроможність можуть викликати проблеми у сфері конкуренції та обмежувати права споживачів. Тому, з метою боротьби з такими ризиками та забезпечення справедливості для всіх учасників цифрових ринків, Європейська комісія опублікувала проекти двох актів – Акту про цифрові послуги (DSA) та Акту про цифрові ринки (DMA) в кінці 2020 року. DSA має на меті забезпечити безпеку цифрового простору, а DMA спрямований на створення рівних умов для розвитку інновацій та конкурентоспроможності, регулюючи діяльність гейткіперів (gatekeepers) – великих онлайн-платформ [36]. Очікується, що основні положення цих документів будуть реалізовані в 2023-2024 роках. Це може викликати значні зміни на цифрових ринках та привернути увагу іноземних конкурентних відомств, включаючи АМКУ [34]. До речі останнє уже можемо спостерігати у поведінці АМКУ, керівництво якого у квітні 2023 р. заявило про те, що цифрові ринки з 2023 року входять до фокусу інтересів АМКУ [37].

Основні положення кожного з актів такі.

Акт про цифрові послуги (DSA):

- Зосереджується на встановленні нових правил для посередників в Інтернеті, таких як соціальні мережі, платформи електронної комерції, пошукові системи та хостинг-провайдери.
- Встановлює вимоги до відповідальності цих посередників за забезпечення безпеки, захисту персональних даних та боротьбу з нелегальним контентом, таким як образлива, дискримінаційна, небезпечна або терористична інформація.
- Впроваджує нову систему обов'язкової передачі даних щодо діяльності цих посередників, з метою забезпечення прозорості та нагляду.
- Встановлює штрафи за порушення вимог акта [35].

Акт про цифрові ринки (DMA):

- Створює спеціальний режим регулювання для гейткіперів цифрового ринку, які мають сильну позицію на ринку та значний вплив на конкуренцію.
- Визначає критерії, за якими підприємства визнаються гейткіперами, зокрема засновані на їхній ринковій потужності та значенні для конкуренції.
- Встановлює обов'язки для гейткіперів, зокрема щодо поведінки, доступу до даних та співпраці з конкурентами та регуляторами.
- Запроваджує механізми нагляду та санкцій за порушення вимог акта, включаючи штрафи, що можуть становити значну частку обороту підприємства [36].

Україну можна вважати однією з найбільш цифрово розвинутих країн в Європі. Іноземні конкурентні відомства аналізують діяльність цифрових ринків в Україні, які доступні для споживачів та бізнесу на майже всіх глобальних цифрових платформах. Крім того, існують українські національні цифрові платформи, які, хоч і менші за розмірами, грають важливу роль на цифрових ринках країни [37]. Розвиток українських цифрових ринків відбувається швидко і має значний потенціал для забезпечення економічного зростання та конкуренції в країні, включаючи міжнародний рівень. Тому, питання ефективного регулювання діяльності на цих ринках та дотримання правил доброчесної конкуренції є актуальним, тим паче, що на відміну від Європейської Комісії, ні АМКУ, ні український законодавець ще не зробили жодного кроку у напрямку врегулювання діяльності гейткіперів на українських цифрових ринках та запобігання порушенням конкурентного законодавства з їх боку.

Антимонопольний комітет України сьогодні знаходиться тільки на початку такого шляху – він ілюструє розуміння важливості функціонування цифрових ринків і їх впливу на конкурентне середовище, планує сприяти стійкому розвитку цифрових платформ і сервісів в Україні, що сприятиме зміцненню їхнього впливу на економіку країни. Для досягнення цих цілей, Антимонопольний комітет

України аналізує діяльність своїх колег з іноземних конкурентних органів у цій сфері. Вони вивчають методи, які використовуються при аналізі цифрових ринків та заходи, які приймаються, щоб використати корисний досвід для своєї роботи.

Проте, не всі рішення, застосовані в інших країнах, можна безпосередньо перенести на українські ринки через їх структурні особливості. Тому Антимонопольний комітет планує посилити співпрацю з зацікавленими органами влади та експертами у сфері цифрових ринків, щоб знайти відповідні підходи до умов в Україні.

Одним з головних завдань Антимонопольного комітету є підвищення рівня знань своїх працівників щодо функціонування цифрових ринків та інституційних підходів до виявлення порушень на них. Це допоможе розробити належні стратегії для визначення стану конкуренції на цифрових ринках в Україні, створити умови для розвитку проконкурентних принципів і ефективно реагувати на порушення в цій сфері. [37].

Не менш помітним (порівняно з цифровізацією) викликом для захисту добросовісної конкуренції стала війна в Україні. Повертаючись до рис.1.1. ми бачимо спадну динаміку по справах з недобросовісної конкуренції, черговий злам якої має місце у 2022 році. Цей злам можна пояснити кількома причинами. Перша – суто технічна і пов'язана з зупинкою роботи Комітету навесні 2022 року. «3 березня 2022 року у зв'язку з ризиками для життя і здоров'я працівників АМКУ було прийнято рішення до припинення чи скасування воєнного стану зупинити розгляд заяв про захист прав/про недобросовісну конкуренцію, поданих до Антимонопольного комітету України та рішення по яким не були прийняті станом на 25 лютого 2022 року» [41]. Тільки 22 липня 2022 року розгляд заяв про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, заяв про захист прав/про недобросовісну конкуренцію та листів про надання роз'яснень з питань застосування законодавства у сфері державної допомоги» було поновлено розгляд справ про недобросовісну конкуренцію було поновлено [42]. Таким чином, майже піврічна зупинка роботи АМКУ очевидно призвела до падіння кількості виявлених та припинених порушень.

Друга причина обумовлена викликаними війною змінами інформаційного середовища. Переведення телебачення в режим марафону новин і фактичне викорінення з ТВ-простору реклами з початком війни обумовило ліквідацію значної частини природного середовища в якому зазвичай реалізувалися порушення статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Вона чимось нагаду першу – оскільки не містить під собою вагомих підвалин покращення конкурентної культури і є кон'юктурною, але водночас і має і позитивний ефект відвикання споживача від недобросовісних рекламних практик, його призвичаювання до користування альтернативними каналами отримання інформації про товари, що дає шанс на зниження ефективності недобросовісних практик і відмови від їх застосування.

Третя причина функціонально схожа з другою, але впливає не стільки зі змін інформаційного середовища, скільки зі змін в ланцюгах вартості, а тому найкраще ілюструє зміни, яких зазнала сфера роздрібної торгівлі і конкуренція в ній як об'єкт кваліфікаційного дослідження. Національний роздрібний ринок є однією з найбільш стійких до кризи галузей в країні. Протягом двох років під час пандемії та карантину він залишався в п'ятірці найбільш прибуткових галузей української економіки, заробивши більше 430 млрд гривень за рік. Однак ситуація змінилася з початком повномасштабної війни в Україні. Асоціація роздрібних торговців України (РАУ) та Українська рада торгових центрів (УРТЦ) повідомили, що загальні збитки, завдані торговельним мережам російським вторгненням, складають 50,7 млрд гривень, а обсяг товарообігу скоротився на 75% порівняно з довоєнним рівнем протягом перших місяців війни [38].

У зв'язку з руйнуванням логістичних маршрутів, ритейлери України змушені були шукати альтернативні джерела постачання товарів. Уряд легалізував імпорт та продаж іноземних товарів без українського маркування. Крафтові виробники задовольнили частину попиту на «здорові» продукти. Частину із популярних продуктів, які зникли унаслідок тимчасової окупації певних регіонів, ритейл замінив власними торговельними марками [39]. Як і у попередньому випадку такі зміни означають зміну конкурентної диспозиції на ринку. З одного боку у

новачків є можливість здолати не завжди добросовісно сформовану лояльність до бренду, з іншого боку потреба відмовлятися від звичних товарів і переключатися на невідомі товари-замінники та ще й в умовах обмеженості інформації про них може зробити недобросовісні комерційні практики ефективними інструментами перерозподілу попиту. В таких умовах брак заяв про недобросовісну конкуренцію у 2022 році може бути наслідком недостатньої обізнаності споживачів про якісні параметри товарів, що продаються в роздріб. Перевірити цю гіпотез ми зможемо переважно наступного року. Оскільки переважна кількість товарів в споживчому кошику – це товари, що перевіряються, то поширеність недобросовісних практик матиме своїм наслідком сплеск скарг і зростання кількості справ АМКУ про недобросовісну конкуренцію. Якщо такого сплеску не відбудеться, то можна буде констатувати переважання позитивного ефекту зростання ринкової ентропії і обумовлене ним посилення ефективності конкурентної боротьби, а сем вектор управління ринково ентропією тоді має стати важливою складовою роботи АМКУ у справі протидії недобросовісній конкуренції.

Висновки до розділу 2

1. Інструментарій для протидії недобросовісній конкуренції включає різноманітні заходи та правові механізми, які спрямовані на забезпечення справедливої та ефективної торговельної арени. Їх усі можна згрупувати у 3 групи інструментів: інструменти виявлення, розслідування недобросовісної конкуренції та інструменти адвокатування добросовісної конкуренції.

При цьому інструментарій кожної групи потребує постійного оновлення та удосконалення. Наразі пропонуємо їх доповнення інструментарієм врегулювання правил порівняльної реклами, які в Україні фактично нерозвинені, незважаючи на те, що понад 5 років як практика порівняльної реклами дозволена на законодавчому рівні. Також слід запровадити в законодавство та практику

захисту від недобросовісної конкуренції поняття агресивних практик, чітко їх детермінувати та заборонити їх реалізацію як окремого прояву недобросовісної конкуренції. Сам перелік агресивних практик можна запозичити з європейського досвіду, в тому числі з Директиви 2005/29/ЄС

2. Цифровізація є фактором, що може чинити різнонаправлений вплив на конкуренцію: з одного боку посилювати через зниження трансакційних витрат ведення бізнесу, а з іншого – посилювати – через інформаційну асиметрії між користувачами і гейткіперами цифрових платформ. Реалізація Актів ЄС про цифрові послуги та про цифрові ринки може бути важливим кроком у боротьбі з недобросовісною конкуренцією в хмарному середовищі, який слід перейняти Україні.

3. Як і цифровізація, війна чинить неоднозначний вплив на практики недобросовісної конкуренції, змінюючи інформаційне середовище конкуренції та руйнуючи наявні і будуючи нові ланцюги вартості. У ході такої трансформації і посилення ринкової ентропії вектор розвитку конкуренції залишається невизначеним, вимагаючи подальших аналітичних та теоретико-економічних досліджень.

4. Навчання існуючих органів регулювання новим реаліям також є необхідним для ефективної боротьби з недобросовісною конкуренцією. У зв'язку з війною, робота контролюючих органів ускладнена, а розгляд справ, пов'язаних з порушеннями недобросовісної конкуренції, займає більше часу ніж зазвичай. У цілому, потрібні зміни та адаптація до нових реалій для ефективної боротьби з недобросовісною конкуренцією

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного випускного кваліфікаційного дослідження отримано сформульовано такі висновки.

1. Недобросовісна конкуренція є недопустимою з економічної і законодавчої точок зору і передбачає порушення правил конкуренції з метою отримання неправомірних переваг на ринку. Вона включає в себе незаконне використання ділової репутації, створення перешкод конкурентам і здобуття неправомірних переваг, а також незаконне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці. Основні форми недобросовісної конкуренції включають неправомірне використання позначень і товарів, дискредитацію суб'єкта господарювання, підкуп працівників та посадових осіб, а також розголошення комерційної таємниці. Ці дії підривають здорову конкуренцію і створюють негативні наслідки для суб'єктів господарювання та ринкової економіки в цілому.

2. Інституційно-правові засади у протидії недобросовісній конкуренції містять як загальні, так і спеціальні нормативно-правові акти, що регламентують практики недобросовісної конкуренції та визначають систему заходів протидії таким. Органи, які відповідають за дотримання законодавства щодо недобросовісної конкуренції в Україні, включають Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, Антимонопольний комітет України, Український інститут інтелектуальної власності, Міністерство економіки України та судову систему. Найбільшою проблемою сьогодення у сфері протидії недобросовісній конкуренції в Україні є неузгодженість діяльності цих органів: дублювання та пробіли.

3. Аналіз практики показав, що більшість випадків порушень у сфері недобросовісної конкуренції в роздрібній торгівлі пов'язані з поширенням неправдивої інформації. Це може призвести до погіршення якості продуктів та послуг, а також знизити довіру споживачів до компаній. Недобросовісна конкуренція має потенціал негативно вплинути на економіку загалом, зокрема на довіру до бізнесу та прибутковість підприємств. Розвиток взаємодії між

контролюючими органами може стати важливим кроком у боротьбі з недобросовісною конкуренцією в Україні.

4. Інструментарій для протидії недобросовісній конкуренції можна згрупувати у 3 групи інструментів: інструменти виявлення, розслідування недобросовісної конкуренції та інструменти адвокатування добросовісної конкуренції. Важливими доповненнями до інструментарію є регулювання правил порівняльної реклами, яке наразі недостатньо розвинене в Україні, і введення захисту від агресивних практик. Це можна здійснити шляхом включення поняття агресивних практик в законодавство та їх заборони. Досвід Європейського Союзу, зокрема Директиви 2005/29/ЄС, може бути використаний для створення ефективного переліку агресивних практик.

5. Цифровізація та війна впливають на недобросовісну конкуренцію, створюючи як позитивні, так і негативні наслідки. Реалізація актів ЄС про цифрові послуги та цифрові ринки може сприяти боротьбі з недобросовісною конкуренцією в цифровому середовищі, тож їх поширення на правовий простір України було б вельми корисним. Війна ж збільшує ринкову ентропії, чинячи одночасно двонаправлений вплив на практики недобросовісної конкуренції. Зрештою вектор розвитку конкуренції залишається невизначеним, вимагаючи подальших аналітичних та теоретико-економічних досліджень, з одного боку, та ефективної практики урівноваження різнонаправленої дії ринкової ентропії на конкуренцію: посилення позитивного вектору впливу при усуненні її негативних проявів. Останнє вимагає адвокатування добросовісної конкуренції, навчання та адаптації контролюючих органів для ефективної боротьби з недобросовісною конкуренцією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шретер В. Недобросовісна конкуренція. Збірник статей по громадянському та торговому праву. На пам'ять Габріеля Феліксовича Шершневича. – М. : Юстицинформ, 2005. 549 с.
2. Варга В. Цикл статей по основах ринкового господарства / В. Варга // Світова економіка і міжнародні відносини. – 1992. – №10–12.
3. Цивільний кодекс Франції. Версія чинна 19 лютого 1804 року. URL: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006438819/1804-02-19 (дата звернення: 05.04.2023).
4. Цивільний кодекс Німеччини. №826 аморальна навмисна шкода. URL: https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_826.html (дата звернення: 05.04.2023).
5. Історія економічних учень : підручник / Л. Я. Корнійчук, Н. О. Татаренко, А. М. Поручник, О. В. Ткаченко, Г. Ю. Кириллова ; за ред. Л. Я. Корнійчука, Н. О. Татаренко. – К. : КНЕУ, 2001. – 564 с.
6. Державне антимонопольне регулювання : підручник / В. Д. Лагутін, Ю. І. Боровик, О. В. Вертелева [та ін.] ; за ред. В. Д. Лагутіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2015. – 480 с.
7. Антимонопольний комітет України. Офіційний сайт. URL: <https://amcu.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2023).
8. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Офіційний сайт. URL: <https://dpss.gov.ua/zahist-prav-spozhivachiv> (дата звернення: 07.04.2023).
9. Українське патентне відомство. Офіційний сайт. URL: <https://ukrpatent.org/uk> (дата звернення: 07.04.2023).
10. Законодавство України. Всі документи бази даних. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2023).
11. Звіт Антимонопольного комітету України за 2022 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2022> (дата звернення: 15.04.2023).

12. Звіт Антимонопольного комітету України за 2021 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2021> (дата звернення: 15.04.2023).
13. Звіт Антимонопольного комітету України за 2020 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2020> (дата звернення: 15.04.2023).
14. Звіт Антимонопольного комітету України за 2019 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2019> (дата звернення: 15.04.2023).
15. Звіт Антимонопольного комітету України за 2018 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2018> (дата звернення: 15.04.2023).
16. Звіт Антимонопольного комітету України за 2017. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2017> (дата звернення: 15.04.2023).
17. Звіт Антимонопольного комітету України за 2016 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2016> (дата звернення: 15.04.2023).
18. Звіт Антимонопольного комітету України за 2015 рік. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2015> (дата звернення: 15.04.2023).
19. Звіт Антимонопольного комітету України за 2014. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zvitnist/richni-zviti/zvit-2014> (дата звернення: 15.04.2023).
20. 10 млн грн штрафу. Верховний Суд підтримав позицію АМКУ у справі «Цитрамону». АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/10-mln-grn-shtrafu-verhovnij-sud-pidtrimav-poziciyu-amku-u-spravi-citramonu> (дата звернення: 03.05.2023).
21. Сухе молоко замість коров'ячого: ТОВ «ФМ ХЛАДОПРОМ» оштрафоване за неправдиву інформацію про склад «пломбіру». АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/suhe-moloko-zamist-korovyachogo-tov-fm-hladoprom->

[oshtrafovane-za-nepravdivu-informaciyu-pro-sklad-plombiru](#) (дата звернення: 03.05.2023).

22. АМКУ вчетверте оштрафував «Миколаївмолпром» за неправдиве маркування продукції. АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/amku-vchetverte-oshtrafuvav-mikolayivmolprom-za-nepravdive-markuvannya-produkciyi> (дата звернення: 03.05.2023).

23. Верховний суд підтримав позицію АМКУ у справі щодо маркування вин «LAMBRUSCO». АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/verhovnij-sud-pidtrimav-poziciyu-amku-u-spravi-shchodo-markuvannya-vin-lambrusco> (дата звернення: 03.05.2023).

24. Вироблено в Україні. Верховний Суд підтримав рішення Комітету щодо етикеток алкоголю. АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/virobleno-v-ukrayini-verhovnij-sud-pidtrimav-rishennya-komitetu-shchodo-etiketok-alkogolyu> (дата звернення: 03.05.2023).

25. Угода про асоціацію. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociaciyu> (дата звернення: 05.05.2023).

26. Директива 2005/29/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 11 травня 2005 р. щодо недобросовісної комерційної практики між підприємствами та споживачами на внутрішньому ринку. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32005L0029> (дата звернення: 05.05.2023).

27. Директива 2006/114/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 грудня 2006 року щодо введення в оману та порівняльної реклами. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32006L0114&qid=1684399501636>

28. Протокол про вступ України до Світової організації торгівлі від 10.04.2008. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_049#Text (дата звернення: 05.05.2023).

29. Угода про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами від 10.11.94 [Електронний ресурс]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_012#Text (дата звернення: 03.05.2023).

30. Бакалінська О. О. «Проблеми і перспективи розвитку конкурентного законодавства України». Часопис Київського університету права. 2013. №3

31. Цифрові платформи як ефективна бізнес-модель. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230472> (дата звернення: 06.05.2023).

32. Наближаємось до цифрового безвізу з ЄС: результати зустрічі Уряду України з Колегією Єврокомісії. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/nablyzhaiemos-do-tsifrovoho-bezvizu-z-ies-rezultaty-zustrichi-uriadu-ukrainy-z-kolehiiei-uevrokomisii> (дата звернення: 06.05.2023).

33. ТОП-10 маркетплейсів України. Хорошопблог. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/top-10-marketplaces-of-ukraine/> (дата звернення: 06.05.2023).

34. DSA, DMA, DGA та інші новини європейського законодавства у сфері цифровізації. Legal IT Group. URL: <https://legalitgroup.com/dsa-dma-dga-ta-inshi-novini-yevropejskogo-zakonodavstva-u-sferi-tsifrovizatsiyi> (дата звернення: 06.05.2023).

35. The Digital Services Act package. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> (дата звернення: 06.05.2023).

36. The Digital Markets Act: ensuring fair and open digital markets. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en (дата звернення: 06.05.2023).

37. Конкуренція на цифрових ринках. Досвід інституційного розвитку та бачення майбутнього. АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/konkurenciya-na->

[cifrovih-rinkah-dosvid-institucijnogo-rozvitku-ta-bachennya-majbutnogo](#) (дата звернення: 06.05.2023).

38. Мінімум 50 млрд грн. Українські торгові мережі підраховали збитки від російського вторгнення — кому не пощастило найбільше. NV Бізнес. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/consmarket/yak-viyna-vdarila-po-ukrajinskih-torgovih-merezhah-riteyl-pidrahuvav-zbitki-novini-ukrajini-50248522.html> (дата звернення: 06.05.2023).

39. Ціна змін. Трансформація роздрібної торгівлі під час війни. KYIVSTAR BUSINESS HUB. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/#9> (дата звернення: 06.05.2023).

40. Ольга Піщанська для GCR: «Зробимо все можливе, щоб забезпечити рівні правила гри для бізнесу та захист інвестицій». АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/olga-pishchanska-dlya-gcr-zrobimo-vse-mozhlive-shchob-zabezpechiti-rivni-pravila-gri-dlya-biznesu-ta-zahist-investicij> (дата звернення: 06.05.2023).

41. Розпорядження про деякі питання організації діяльності Антимонопольного комітету України в умовах воєнного стану. АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/news/olga-pishchanska-dlya-gcr-zrobimo-vse-mozhlive-shchob-zabezpechiti-rivni-pravila-gri-dlya-biznesu-ta-zahist-investicij> (дата звернення: 07.05.2023).

42. Розпорядження АМКУ від 22 липня 2022 р. № 10-рп «Про поновлення розгляду заяв про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, заяв про захист прав/про недобросовісну конкуренцію та листів про надання роз'яснень з питань застосування законодавства у сфері державної допомоги». АМКУ. URL: <https://amcu.gov.ua/npas/pro-ponovlennya-rozglyadu-zayav-pro-porushennya-zakonodavstva-pro-zahist-ekonomichnoyi-konkurenciyi-zayav-pro-zahist-pravpro-nedobrosovisnu-konkurenciyu-ta-listiv-pro-nadannya-rozjasnen-z-pit> (дата звернення: 07.05.2023).

43. Державний контроль у сфері економічної конкуренції: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5665/1/Derzhavnyy%20kontrol>

%20u%20sferi%20ekonomichnoyi%20konkupytsiyi_lektsiyi.pdf (дата звернення: 03.05.2023).

44. Основи антимонопольної діяльності: навч. посіб. / Н.Л. Михальчишин. - Львів: Манускрипт, 2008. – 336 с.

45. Управління у сфері економічної конкуренції: навч. Посібник у 2 т. Том 1/ В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко, Л.С. Головка та ін. ; за ред. А.Г. Герасименко. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2016. – 448 с.

