

Тема 3. Недобросовісна конкуренція.

Учбові питання:

1. Загальні аспекти конкуренції.
2. Загальні засади поняття недобросовісна конкуренція.
3. Отримання переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації.
4. Дезорганізація виробничого процесу конкурента, створення перешкод та досягнення неправомірних переваг у конкуренції.
5. Збирання, розголошення та використання комерційної темниці.
6. Можливі шляхи захисту від недобросовісної конкуренції та санкції за її вчинення.

Література:

1. Конституція України.
2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня № 236/96-ВР.
3. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 р № 270/96-ВР.
4. Розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження методики монопольного (домінуючого) положення суб'єктів господарювання на ринку» від 5 березня 2002 року № 49-р.
5. Договір стран СНГ «О проведеніи согласованной антимонопольной политики» от 25 января 2000 г.
6. Семенова Л.Н. Антимонопольне та конкурентне право. – Київ, 1999.
7. Цыганов А.Г. Конкуренция и антимонопольное регулирование. – М.: Логос, 1999.

Семінарські питання:

1. Що таке конкуренція та недобросовісна конкуренція?
2. Порушення, що спрямовані на отримання певних переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації?
3. Наслідки недобросовісної конкуренції?
4. Порушення конкурентного законодавства, що пов'язані з дезорганізацією виробничого процесу конкурента.
5. Порушення, що пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці?
6. Шляхи захисту від недобросовісної конкуренції.
7. Санкції до осіб, що вчинили дії визнані недобросовісною конкуренцією?

1. Загальні аспекти конкуренції.

Конкуренцію (від лат. *concurrere* (пізно латинська. *concurrentia* - змагання, суперництво) - стикатися, суперничати, змагатися) можна визначити як змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливість кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво необхідної споживачеві продукції.

Конкуренція виявляється в економічному суперництві окремих товаровиробників, що відбувається між ними з метою задоволення своїх потреб, забезпечення найвигідніших умов виробництва та збуту товару, одержання найвищого прибутку тощо.

Економічний зміст конкуренції полягає у її здатності створювати в економіці держави сприятливий клімат для виробництва та реалізації товарів.

Завдяки конкуренції діяльність окремих осіб з виробництва та реалізації товарів дає максимально можливі результати. Під загрозою банкрутства, у разі перемоги конкурента, кожен виробник намагається зробити все можливе, щоб удосконалити технологію виробництва, поліпшити якість товару вироблюваного, зменшити його вартість, розширити ринок збуту тощо. Двома невід'ємними ознаками конкуренції є:

1) наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців певного виду товару;

2) відсутність бар'єрів входу (виходу) на ринок для покупців і продавців.

Таким чином, з одного боку, конкуренція виступає економічним механізмом регулювання пропорцій виробництва певного виду товарів (робіт, послуг), поліпшення їхньої якості, з іншого - однією з об'єктивних умов функціонування ринку, наявності на ньому великої кількості незалежних виробників, покупців і продавців. Вона є об'єктивною закономірністю товарного виробництва і властива всім рівням розвитку ринкової економіки, виступає як зовнішня продуктивна сила, що спонукає підприємства і громадян підвищувати продуктивність праці, знижувати витрати виробництва, прискорювати темпи науково-технічного прогресу, проводити організаційні та структурні зміни в економіці. Особливі форми конкурентних відносин складаються за умов переходу до різних форм власності і господарювання, подолання командно-адміністративної та планово-розподільчої системи управління, інфляційних процесів та незабезпеченості загальної товарно-грошової збалансованості ринку.

Так, за умов планової економіки (зразком якої є економіка колишнього Радянського Союзу) рішення про те, який товар і за якими цінами можуть придбати споживачі, приймається централізовано. При цьому виробники товарів є лише виконавцями цих планових показників, які не несуть ніякого ризику і тому не намагаються зробити свій товар конкурентоспроможним за рахунок поліпшення його якості чи зниження ціни.

У той же час за умов ринкової економіки та за наявності

внутрішньогалузевої конкурентної боротьби споживачі мають можливість вибирати ті товари, ціна та якість яких відповідають їх вимогам і в повному обсязі задовольняють потреби. Тому найбільший прибуток отримають ті підприємці, які пропонуватимуть товари найкращої якості за найнижчими цінами.

Протягом останніх десятиліть в усьому світі спостерігається зростання та посилення ринкової конкуренції. Нещодавно її не було у багатьох країнах і галузях економіки. Бар'єри входження на ринки були непереборні, а домінуючі позиції окремих підприємств чітко визначені. І навіть там, де існувала конкурентна боротьба, вона не була жорсткою, бо розвиток конкуренції стримувався безпосереднім втручанням великих підприємств.

Відсутність конкуренції на ринку та втручання в ринкові конкурентні процеси потужних монопольних утворень, що діють на ньому, негативно позначаються на розвитку та функціонуванні економіки. Водночас наявність конкуренції забезпечує розвиток і становлення економіки. Наприклад, розпад великих підприємств і потужних економічних блоків, з одного боку, та посилення внутрішньогалузевої конкуренції - з іншого пов'язані з відомим економічним зростанням Німеччини та Японії після Другої світової війни. Такі найбільш конкурентоспроможні нині галузі японської економіки, як електроніка та машинобудування, розвинулися за рахунок внутрішньогалузевої конкуренції. Разом з тим розвиток більшої частини економіки цієї країни, зокрема хімічна промисловість, роздрібна торгівля, стримується обмеженням конкуренції.

Сьогодні майже не існують галузі та сфери економіки, на розвиток та функціонування яких не впливала б ринкова конкуренція. Враховуючи це жоден уряд країн з ринковою економікою не може не усвідомлювати необхідність існування та підтримки ринкової конкуренції.

Конкуренція означає змагальність в економіці, як у спорті. Такі змагання можуть відбуватися між двома чи більше підприємцями і стосуватися якості продукції чи послуг, ціни, а також сукупності тих чи інших факторів, що мають значення для споживачів. Тому окремі підприємці намагаються обмежити чи взагалі усунути конкуренцію з ринку, погоджуючи між собою

умови виробництва та ціни товарів, або ж прагнуть досягти такого становища на ринку, при якому їм вже не доведеться брати до уваги конкурентів.

Тому одне з першочергових завдань держави - не допустити таких обмежень конкуренції та сприяти її вільному розвитку як у загальносуспільних інтересах, так і в інтересах окремих споживачів. В Основному Законі України відображено положення, спрямовані на захист конкуренції. Так, ст. 42 Конституції України визначає, що держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом.

Для з'ясування юридичного змісту терміна «конкуренція» можна звернутися до позиції законодавця. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» економічна конкуренція (конкуренція) - це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Таким чином, юридичний зміст конкуренції має яскраво виражений економічний характер. Законодавець встановив такі його ознаки:

1. Змагальність (боротьба) між конкурентами, як основний зміст конкуренції.
2. Змагальність виражається у діях (правомірних та неправомірних) підприємців, спрямованих на досягнення переваг над своїми конкурентами.
3. Споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями чи покупцями.
4. Окремий підприємець не може впливати на конкурентні ринкові механізми.

Отже, як регулятор ринкових відносин конкуренція змушує підприємців

змагатися між собою, внаслідок чого сприяє досягненню найкращих соціальних і ділових результатів. Вона не дозволяє економічній владі концентруватися в одних руках і таким чином унеможливорює зловживання нею.

У ринковій економіці на конкуренцію покладено ряд функцій: регулювання, мотивації, розподілення та контролю.

Функція регулювання полягає в тому, що основні виробничі фактори спрямовуються саме у тій сфері, які потребують їх найбільше і де вони будуть використані найефективніше. Це пов'язано з необхідністю для підприємців виробляти ті товари (надавати послуги, виконувати роботи), які потрібні споживачеві.

Змістом функції мотивації є здатність конкуренції стимулювати підприємців пропонувати на ринок найкращі товари за найнижчими цінами, а також знижувати витрати на їх виробництво. Утриматися на ринку, де панує конкуренція, і при цьому отримати прибуток можливо, лише якщо виконувати зазначені вимоги.

Отже, прибуток перерозподіляється на користь підприємців, які використали свої ресурси найпродуктивніше. Саме в цьому виражається функція розподілення.

Функція контролю дає змогу не допустити неефективної діяльності підприємців, а також не дозволяє окремим підприємцям необмежено панувати на ринку і нав'язувати споживачам та іншим учасникам ринку свої правила гри.

Все це свідчить про те, що економічна конкуренція має велике суспільно-економічне значення. Тому з метою задоволення суспільних інтересів і забезпечення економічного зростання держава вживає заходів щодо захисту та розвитку конкуренції.

2. Загальні засади поняття недобросовісна конкуренція

Якщо є ринок, то на ньому існує конкуренція. Добросовісна конкуренція - це благо для економіки, вона забезпечує її розвиток та становлення. Але поряд з нормальною, добросовісною конкуренцією завжди може існувати неправомірна, недобросовісна конкуренція. Добросовісну конкуренцію на ринку держава не лише дозволяє, а й захищає та підтримує. Недобросовісна конкуренція заборонена законодавством, особи, які під час здійснення підприємницької діяльності вчиняють дії, визнані як недобросовісна конкуренція, порушують принципи Конституції України щодо недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності і підлягають покаранню.

Недобросовісна конкуренція спричиняє шкоду однаковою мірою як споживачам, так і конкуренції на ринку. На конкурентному ринку споживані мають змогу ознайомитися з перевагами та недоліками запропонованих їм товарів і вибирати з-поміж них ті, що можуть повністю задовольнити їхні потреби. Ідеальне становище на ринку - це коли продавці рекламують і продають свої товари так, щоб споживач мав змогу об'єктивно їх оцінити. На жаль, це не завжди так. Іноді продавці надають споживачам необ'єктивну інформацію про свої товари чи товари своїх конкурентів, а також намагаються видати свої товари за ті, що виробляються іншими підприємцями і мають відоміші торгові марки та кращу репутацію.

Зазвичай добросовісні продавці намагаються здобути ділову репутацію високого рівня, забезпечуючи споживачів товарами високої якості. Якщо виробник рекламує свій товар як товар високої якості, а виробляє товар низької якості, то споживачі швидко зрозуміють дійсний стан речей і виникне ситуація, за якої вони повністю відмовляться від товару недобросовісного підприємця та придбаватимуть товар його добросовісних конкурентів. Наслідком цього буде зниження обсягів реалізації товару недобросовісним підприємцем, а в подальшому - його банкрутство.

За умов розвинутої ринкової економіки недобросовісна конкуренція є винятком, а не правилом. Оскільки більшість підприємців орієнтується на постійних споживачів, які тривалий час споживають продукцію з їх торговими

марками, вони постійно намагаються підвищити якість та розширити асортимент пропонованої продукції, щоб зберегти своїх споживачів і залишитися на ринку.

Зрозуміло, що метою діяльності підприємця є отримання прибутку від використання майна, продажу товарів, виконання робіт, надання послуг. При цьому він намагається отримати найбільшу користь для себе. За умов конкурентної боротьби на ринку це можливо лише за наявності у підприємця певних правомірних переваг над конкурентами, якими, зокрема, є:

- краща організація підприємницької діяльності;
- наявність новітніх технологій виробництва;
- результати маркетингових досліджень щодо прихильності споживачів до тих чи інших товарів;
- нижчі витрати на виробництво одиниці продукції і виходячи з цього - найнижчі ціни тощо.

Отже, неправомірні дії підприємців, спрямовані на отримання неправомірних переваг при здійсненні ними господарської діяльності, можуть бути визнані недобросовісною конкуренцією, що в свою чергу є порушенням конкурентного законодавства.

Основою недобросовісної конкуренції є нечесне, неправомірне ведення підприємницької діяльності. У той час, коли добросовісні учасники ринку витрачають свій час та значні кошти на здобуття ділової репутації, розробку та втілення нових технологій, схилення споживачів до використання товарів з їх торговою маркою, тобто ведуть чесну конкурентну боротьбу, їх несумлінні конкуренти всілякими шляхами намагаються неправомірно використати чужу ділову репутацію, створити перешкоди своїм конкурентам під час здійснення ними господарської діяльності і, таким, чином, досягти неправомірних переваг у бізнесі.

Законодавством України чітко визначено види й форми недобросовісної конкуренції, відповідальність за її вчинення. За Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у

конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

Характерною ознакою недобросовісної конкуренції є активна поведінка особи, спрямована на вчинення неправомірних дій. Бездіяльність не може бути визнана недобросовісною конкуренцією.

Зазначені неправомірні дії, спрямовані на досягнення неправомірних переваг у конкурентній боротьбі, мають такі спільні ознаки:

1) спричиняють збитки іншим господарюючим суб'єктам чи їх діловій репутації;

2) спрямовані на отримання неправомірних переваг у підприємницькій діяльності;

3) порушують норми законодавства України.

Відповідно до законодавства України недобросовісна конкуренція - протиправна, карана поведінка. Норми, що визначають цю поведінку як протиправну містяться у конку

рентному законодавстві, а також в інших нормативно-правових актах.

За формою недобросовісну конкуренцію можна класифікувати виходячи зі змісту та спрямованості неправомірних дій. Їх можна поділити на три великі групи:

- неправомірні дії, спрямовані на отримання певних переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації;

- неправомірні дії, пов'язані з дезорганізацією виробничого процесу конкурента, створенням йому перешкод у процесі конкурентної боротьби та досягненням неправомірних переваг у конкуренції;

- дії, пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці.

3. Отримання переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації.

До першої групи порушень, що вичиняються шляхом недобросовісної конкуренції, належать неправомірні дії, спрямовані на отримання певних переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації. Ця група включає такі порушення:

1. Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки.
2. Неправомірне використання товару іншого виробника.
3. Копіювання зовнішнього вигляду виробу.
4. Порівняльна реклама.

Характерною ознакою цих порушень є те, що вони водночас спрямовані на неправомірне використання результатів інтелектуальної праці суб'єкта господарювання та на спотворення його ділової репутації, навмисно чи ненавмисно.

Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки. Відбувається у вигляді неправомірного використання предметів інтелектуальної праці, а саме: чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів, назв літературних, художніх творів, періодичних видань, назв місць походження товарів.

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 господарюючого суб'єкта (підприємця).

Зазначені предмети є результатами інтелектуальної діяльності фізичних чи юридичних осіб, права на них охороняються законодавством. Тому їх використання без дозволу уповноваженої на те особи (власника) є правопорушенням. Захист від неправомірного використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки необхідний ще й тому, що він дає змогу:

- стимулювати творчу діяльність та заохочувати прагнення здобути ділову репутацію високого рівня;

- Забезпечити споживачів важливою інформацією (споживач знатиме, що товар виробила добросовісна особа);

- зменшити можливість несумлінних продавців реалізовувати товар неналежної якості.

Неправомірне використання товару іншого виробника. Ним визнається введення на ринок товару конкурента під своїм позначенням шляхом змін чи зняття позначень конкурента без його дозволу. Таким чином недобросовісний конкурент намагається здобути певний імідж на ринку та «розкрутити» свою торгову марку за рахунок сумлінного суб'єкта господарювання, який належним чином стежить за якістю та асортиментом продукції, вкладаючи при цьому значні кошти.

За такої ситуації добросовісний підприємець може нести значних збитків, наприклад, у разі проведення недобросовісним конкурентом «агресивної» рекламної компанії своєї торгової марки.

Копіювання зовнішнього вигляду виробу. Вчиняється шляхом копіювання зовнішнього вигляду виробу конкурента і введення його на ринок без однозначного зазначення виробника копії. Ці дії можуть бути визнані порушенням, якщо вони призводять чи можуть призвести до змішування з виробами іншого суб'єкта господарювання.

Не визнається порушенням копіювання зовнішнього вигляду виробу або його частин, якщо воно зумовлено виключно їх функціональним застосуванням.

Через зовнішній вигляд товару підприємець намагається виділити його із загальної маси схожих товарів. Це здійснюється шляхом надання своєму товару нової оригінальної форми, малюнку, кольорової гами тощо. Зовнішній вигляд товару - результат творчої діяльності підприємця. Щоб надати товару оригінальності та неповторності, він витрачає значні інтелектуальні та фінансові ресурси. Наділяючи товар оригінальними ознаками, підприємець намагається здобути прихильність споживачів, забезпечуючи при цьому його належну якість. Тому копіювання зовнішнього вигляду товару недоб-

росовісним конкурентом може завдати збитків дійсному виробникові, а також підірвати його авторитет на ринку.

Порівняльна реклама - реклама, що містить порівняння з товарами, роботами, послугами чи діяльністю іншого суб'єкта господарювання. Це порушення вчиняється шляхом доведення до споживачів неправдивих, неточних або неповних відомостей стосовно товару конкурента. Зазначені неправомірні відомості можуть стосуватися якості, асортименту, вартості тощо продукції конкурента.

Разом з тим порівняння у рекламі, що підтверджені фактичними даними, є достовірними, об'єктивними та корисними для споживачів, не можуть бути визнані недобросовісною конкуренцією.

Предметом порівняння у рекламі можуть бути товари, ділова репутація конкурента. Порівняльна реклама може бути правомірною та неправомірною. Правомірна порівняльна реклама містить об'єктивну інформацію стосовно конкурента, неправомірна - неправдиву, неточну або неповну інформацію стосовно товару конкурента.

4. Дезорганізація виробничого процесу конкурента, створення перешкод та досягнення неправомірних переваг у конкуренції.

Другу групу порушень, що вчиняються шляхом недобросовісної конкуренції, становлять неправомірні дії, пов'язані з дезорганізацією виробничого процесу конкурента, створенням йому перешкод у процесі конкурентної боротьби та досягненням неправомірних переваг у конкуренції.

Ця група включає такі порушення:

1. Дискредитація господарюючого суб'єкта (підприємця).
2. Купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання по слуг із примусовим асортиментом.
3. Схилення до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця).
4. Схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника).

5. Схилення господарюючого суб'єкта (підприємця) до розірвання договору з конкурентом.

6. Підкуп працівника постачальника.

7. Підкуп працівника покупця (замовника).

8. Досягнення неправомірних переваг у конкуренції.

Вчиняючи зазначені порушення, недобросовісний конкурент намагається особисто або за допомогою третіх осіб негативно вплинути на ринкове становище свого конкурента, його ділову репутацію, процес виробництва.

Дискредитація господарюючого суб'єкта (підприємця). Відбувається у вигляді поширення недобросовісним конкурентом неправдивих, неточних або неповних відомостей стосовно свого конкурента, які завдали чи можуть завдати шкоди його діловій репутації.

Дискредитацію можна охарактеризувати як підриг довір'я до когось, приниження честі гідності, авторитету.

Під поширенням неправдивих, неточних або неповних відомостей, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації конкурента слід розуміти опублікування таких відомостей у пресі, транслявання по радіо та на телебаченні, демонстрацію в кіно хронікальних програмах та інших засобах масової інформації, викладення в публічних виступах, заявах, адресованих посадовим особам, чи повідомлень в іншій формі кільком чи одній особі. Неправдиві відомості, які навмисно спотворюють дійсний стан справ у конкурента. Неповні відомості вибірково встановлюють ті чи інші факти. Неточні відомості повністю не відображають стан справ у конкурента.

Купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом. Відбуваються шляхом купівлі-продажу одних товарів, виконання робіт, надання послуг за умови купівлі-продажу інших товарів, виконання робіт, надання послуг, не потрібних споживачу або контрагенту.

Порушення полягає у примушуванні суб'єкта господарювання до вчинення додаткових дій (купувати товар, виконувати роботи, надавати послуги)

для задоволення своїх потреб.

Таким чином недобросовісний конкурент намагається додатково позбутися товарів, виконати роботи, надати послуги, що не користуються попитом, за рахунок товарів, робіт, послуг, що користуються підвищеним попитом.

Схилення до бойкоту господарюючого суб'єкта (підприємця).

Полягає у безпосередньому або через посередників спонуканні певною особою іншої особи до відмови від встановлення договірних зв'язків з її конкурентом. Виявляється у безпідставній повній чи частковій відмові від підтримки ділових стосунків з суб'єктом господарювання (відмові купувати, продавати товар) або у встановленні таких цін, тарифів на свої товари чи послуги, за яких суб'єкт господарювання сам буде змушений відмовитися від них.

За умов відсутності ділових стосунків з постачальниками суб'єкт господарювання може опинитися у становищі, за якого він не матиме можливості виготовляти продукцію або йому буде не вигідно її виготовляти.

Схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника).

Відбувається шляхом спонукання недобросовісним конкурентом постачальника до надання йому певних переваг перед конкурентом, який є покупцем (замовником) цього постачальника.

Може відбуватися у вигляді першочергових поставок товарів, виконання робіт, надання послуг, а також у зниженні цін, тарифів на товари.

Схилення господарюючого суб'єкта (підприємця) до розірвання договору з конкурентом. Полягає у спонуканні недобросовісним конкурентом особи, яка перебуває у договірних відносинах з його конкурентом, до невиконання договору або виконання його неналежним чином. При цьому недобросовісний конкурент надає або пропонує особі, що перебуває у договірних відносинах з його конкурентом, особисто чи через посередника матеріальну винагороду, компенсацію або інші переваги.

Підкуп працівника постачальника. Відбувається шляхом надання або пропонування працівнику постачальника певних цінностей чи благ особою,

яка є конкурентом покупця товарів, робіт, послуг, за невиконання або неналежне виконання працівником постачальника своїх службових обов'язків. Обов'язки працівника постачальника мають стосуватися виконання змісту або процедури укладення договору між постачальником і покупцем певних товарів, робіт та послуг.

Порушення вважатиметься вчиненням, якщо неправомірні дії, пов'язані з виконанням працівником постачальника своїх службових обов'язків, призвели або можуть призвести до отримання недобросовісним конкурентом певних переваг над своїм конкурентом.

До працівника постачальника прирівнюється й інша особа, яка відповідно до наданих їй повноважень приймає рішення від імені постачальника про поставку товару, виконання робіт, надання послуг чи впливає на прийняття такого рішення або якимось чином пов'язана з ним.

Підкуп працівника покупця (замовника). Порушення за складом схоже на порушення, пов'язане з підкупом працівника постачальника. Відбувається шляхом надання або пропонування працівникові покупця певних цінностей чи благ особою, яка є конкурентом постачальника товарів та робіт, послуг за невиконання або неналежне виконання своїх службових обов'язків, що впливають з укладеного або пов'язані з укладенням між постачальником і покупцем договору поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, що в свою чергу призвело або може призвести до отримання конкурентом постачальника переваг над ним.

До працівника покупця прирівнюється й інша особа, яка відповідно до покладених на неї обов'язків приймає рішення від імені покупця про придбання товару, виконання робіт, надання послуг, впливає на прийняття такого рішення або якимось чином пов'язана з ним.

Досягнення неправомірних переваг у конкуренції. Ним вважається отримання неправомірних переваг відносно іншого суб'єкта господарювання шляхом порушення чинного законодавства, яке підтверджене рішенням державного органу, наділеного відповідною компетенцією.

Характерною ознакою цього порушення є те, що факт вчинення порушення законодавства суб'єктом господарювання вже доведений певним державним органом і у зв'язку з цим ним прийнято відповідне рішення (постанова, припис, наказ тощо) про порушення особою законодавства.

Під терміном «державний орган» розуміють суди, органи виконавчої влади, місцевого самоврядування, на які законодавством покладено здійснення контролю за додержанням законодавства у певній галузі господарства та прийняття рішення про встановлення (припинення) порушень згідно з їх компетенцією.

5. Збирання, розголошення та використання комерційної таємниці.

До третьої групи порушень, що вчиняються шляхом недобросовісної конкуренції належать неправомірні дії, пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці. Ця група включає такі порушення:

1. Неправомірне збирання комерційної таємниці.
2. Розголошення комерційної таємниці.
3. Схилення до розголошення-комерційної таємниці.
4. Неправомірне використання комерційної таємниці.

Зазначені неправомірні дії полягають у отриманні, використанні, розголошенні науково-технічної або торгової таємниці, а також комерційної таємниці, без згоди її власника. На відміну від відомостей, що добровільно адресуються їх власником третім особам (наприклад, містяться в рекламі), можливість доступу до інформації, яка стосується виробничо-господарської діяльності суб'єкта, може бути обмежена її власником. Комерційна таємниця має цінність для її власника лише тому, що вона не відома іншим особам. До неї на законних підставах немає вільного доступу. Її власник охороняє конфіденційність цієї інформації. Тому неправомірне отримання і введення цієї інформації в господарський оборот може негативно вплинути на підприємницьку діяльність суб'єкта.

Під комерційною таємницею мають на увазі відомості, пов'язані з виробництвом, технологічною інформацією, управлінням, фінансами та іншою діяльністю підприємства, що не є державною таємницею, але розголошення (передача, витік) яких може завдати шкоди його інтересам.

Законодавством не визначено, які саме відомості є комерційною таємницею, склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначає керівник підприємства. Але разом з тим, законодавством чітко визначений перелік відомостей, що не можуть становити комерційну таємницю.

- установчі документи, документи, що дозволяють займатися підприємницькою діяльністю та її окремими видами;
- інформація за всіма формами державної звітності;
- дані, необхідні для перевірки, обчислення і сплати податків та інших обов'язкових платежів;
- відомості про чисельність і склад працюючих, їхню заробітну плату в цілому та за професіями й посадами, а також наявність вільних робочих місць;
- документи про сплату податків та обов'язкових платежів;
- інформація про забруднення навколишнього природного середовища, недодержання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю;
- документи про платоспроможність;
- Відомості про участь посадових осіб підприємства в кооперативах, малих підприємствах, об'єднаннях та інших організаціях, які займаються підприємницькою діяльністю;
- Відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню.

Усі інші відомості, пов'язані з виробництвом, керівництвом, фінансами та іншою діяльністю підприємства за рішенням керівника можуть бути віднесені до інформації, що є комерційною таємницею даного підприємства.

Зафіксовані в статуті підприємства положення щодо комерційної

таємниці дають його власникові право:

- вимагати захисту інтересів підприємства перед державою і судовими органами;
- включати вимоги щодо захисту та збереження комерційної інформації в усі види договорів;
- видавати документи з питань забезпечення нерозголошення відомостей, які становлять комерційну таємницю;
- створювати на підприємстві підрозділи економічної безпеки, а також вимагати відшкодування шкоди, завданої підприємству як його працівниками, так і іншими фізичними чи юридичними особами.

Взаємні обов'язки власника підприємства та його трудового колективу з захисту відомостей, що становлять комерційну таємницю, можуть бути закріплені у колективній угоді, а обов'язки із захисту відомостей, що становлять комерційну таємницю кожного працівника окремо, - у правилах внутрішнього розпорядку або у трудових договорах, контрактах.

Неправомірне збирання комерційної таємниці - добування протиправним способом відомостей, що відповідно до законодавства становлять комерційну таємницю, якщо це завдало чи може завдати шкоди підприємцю.

Під неправомірним збиранням комерційних відомостей, що становлять комерційну таємницю, розуміють активні дії, спрямованні на отримання таких відомостей будь-яким шляхом:

- вилучення, а також викрадення документів, що містять комерційну таємницю;
- неправомірного ознайомлення з такими документами шляхом підслуховування телефонних чи усних розмов, опитування працівників підприємця тощо.

Розголошення комерційної таємниці - ознайомлення будь-якої особи з відомостями, що становлять комерційну таємницю без згоди особи, яка є власником цих відомостей, особою, якій ці відомості були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових

обов'язків.

Розголошення комерційної таємниці полягає у незаконному ознайомленні інших осіб з відомостями конфіденційного характеру, що віднесені підприємцем до таких, що є його комерційною таємницею, а також у навмисному створенні умов, які сприяють ознайомленню з ними сторонніх осіб. Ці дії вчиняє особа, якій такі відомості стали відомі у зв'язку з її професійною діяльністю і яка повинна тримати такі відомості у таємниці.

Розголошення відомостей, що становлять комерційну таємницю, відбувається різними шляхами:

повідомлення зазначених відомостей іншим особам, зокрема конкурентам підприємця;

надання іншим особам для ознайомлення документів, що містять комерційну таємницю;

розголошення відомостей, що містять комерційну таємницю в засобах масової інформації тощо.

Обов'язковою ознакою порушення конкурентного законодавства у вигляді розголошення комерційної таємниці є наявність шкоди, завданої підприємцю таким розголошенням.

Схилення до розголошення комерційної таємниці - спонукання особи, якій були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків відомості, що становлять комерційну таємницю, до розкриття цих відомостей.

Відбувається шляхом пропонування особі, якій відомі відомості, що становлять комерційну таємницю, винагороди, матеріальних чи нематеріальних благ.

Ці дії будуть порушенням конкурентного законодавства, якщо вони завдали чи можуть завдати шкоди суб'єктові господарювання.

Неправомірне використання комерційної таємниці - впровадження у виробництво або врахування під час планування чи здійснення підприємницької діяльності без дозволу уповноваженої на те особи

неправомірно здобутих відомостей, що становлять комерційну таємницю.

6. Можливі шляхи захисту від недобросовісної конкуренції та санкції за її вчинення.

Сучасне українське законодавство дає можливість підприємцям захищати свої права та законні інтереси від недобросовісної конкуренції різними шляхами. Залежно від засобів захисту та бажаних наслідків умовно можна виділити три такі шляхи.

1. Судовий шлях, який передбачає звернення підприємця до суду. В Україні права та інтереси юридичних осіб та осіб, які є суб'єктами підприємницької діяльності, захищають господарські суди. До господарського суду зазначені особи можуть звернутися також за захистом своїх прав, що порушуються недобросовісним конкурентом.

2. Адміністративний шлях пов'язаний зі зверненням потерпілої особи до органів Антимонопольного комітету України для розгляду та прийняття рішення стосовно порушеного права.

3. Самозахист підприємця від неправомірних дій конкурентів.

Одна з можливостей запобігти недобросовісній конкуренції - це передбачити в договорі між особами умови, які зобов'язують їх не вчиняти дії, що можуть бути визнані недобросовісною конкуренцією. Наприклад, може виникнути ситуація, коли робітник підприємства, який звільнився, створює власне підприємство та в процесі своєї діяльності використовує виробничу, фінансову, технологічну та іншу інформацію з попереднього місця роботи. Щоб запобігти цьому підприємцям доцільно передбачати в трудових угодах спеціальні умови, які зобов'язують їх робітників не розголошувати та не використовувати комерційну інформацію до і після звільнення.

Існують і інші засоби боротьби з недобросовісною конкуренцією. Так, підприємці можуть об'єднуватися в союзи, асоціації тощо. Ці об'єднання розробляють та встановлюють для своїх учасників правила та кодекси

поведінки на ринку, які встановлюють чесні правила та звичаї здійснення господарської діяльності учасників об'єднань підприємців та забороняють дії, що призводять чи можуть призвести до обмеження, спотворення або усунення конкуренції з ринку.

Отже, нині вже в певна практика регулювання конкуренції за допомогою правил, звичаїв, стандартів здійснення чесної підприємницької діяльності, що розробляються та встановлюються об'єднаннями підприємців. Така практика дасть змогу запобігти вчиненню дій, визнаних недобросовісною конкуренцією, яка суперечить не лише нормам законодавства, а й чесним правилам здійснення підприємницької діяльності.

При здійсненні дій, визнаних законодавством України недобросовісною конкуренцією, Антимонопольним комітетом України до суб'єктів господарювання, які вчинили порушення, застосовують такі примусові заходи:

1. Накладання штрафів:

- на суб'єктів господарювання - юридичних осіб та їх об'єднання - у розмірі до 3% виручки від реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг суб'єкта господарювання за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф, а якщо обчислити виручку господарюючого суб'єкта неможливо або виручки немає - у розмірі до п'яти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

- на юридичних осіб, їх об'єднання та об'єднання громадян, що не є суб'єктами господарювання - у розмірі до двох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

- на громадян, що є суб'єктами підприємницької діяльності, а також на тих, хто не в підприємцями, накладаються адміністративні стягнення згідно із законодавством.

Накладення штрафів - один із найпоширеніших та гнучких заходів покарання. При його застосуванні є можливість встановити розмір покарання залежно від завданих збитків конкуренту та завданої шкоди конкуренції.

2. Вилучення товарів з неправомірно використаним чужим позначенням, рекламними матеріалами, упаковкою або скопійованого виробу.

Вилучення зазначених товарів застосовують, якщо можливість змішування з результатами діяльності іншої особи не можна усунути іншим шляхом. Таке вилучення товарів є дієвим засобом у боротьбі з недобросовісною конкуренцією. Але воно має ряд негативних факторів. По-перше, вилучення зазначених товарів є справою досить трудомісткою, для його забезпечення уряд повинен витратити значні кошти; по-друге, вилучення таких товарів може завдати збитків безвинним продавцям, які не знають та й не можуть знати, що вони продають товар недобросовісного підприємця; по-третє вилучення означає знищення корисних для споживачів товарів.

3. Спростування дискредитуючої інформації, поширеної стосовно іншого суб'єкта господарювання.

У разі встановлення факту дискредитації суб'єкта господарювання органи Антимонопольного комітету України мають право прийняти рішення про офіційне спростування за рахунок порушника поширених ним неправдивих, неточних або неповних відомостей. Навіть якщо поширення таких відомостей мало разовий характер, споживачі пам'ятатимуть повідомлення та продовжуватимуть купувати товар, базуючись на хибній інформації.

Таким чином, спростування дискредитуючої інформації може бути найкращим засобом, щоб перешкодити недобросовісному конкуренту отримати незаконні прибутки внаслідок поширення неправдивих, неточних або неповних відомостей стосовно свого конкурента.

4. Заборона особі, в діях якої вбачаються ознаки порушення, визначеного законодавством України як недобросовісна конкуренція, вчиняти певні дії.

5. Накладення арешту на майно або грошові суми, що належать особі, в діях якої вбачаються ознаки порушення, визначеного законодавством України як недобросовісна конкуренція.