

торгового підприємства: Торговое дело / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 314 с.
3. Планування в підприємствах і організаціях споживчої кооперації: стан і перспективи розвитку: Монографія / Іванова В.В., Сидоренко-Мельник І.М., Фастовець А.А., Юрко І.В. / За ред. А.А. Фастовець. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. – 157 с.
4. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: Розробка, обґрунтування та аналіз / Тарасюк Г.М. – К.: Каравелла, 2006. – 280 с.
5. Харук К.Б. Бізнес-планування інвестиційного проекту інноваційної діяльності торговельних підприємств / Харук К.Б. // Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. праць. – Вип. 10. – Львів: ЛКА, 2009. – С. 188–191.
6. Ясинський В.В. Бізнес-планування: теорія і практика / В.В. Ясинський, О.О. Гайдай. – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

УДК: 339.13.012.434

Н.Л. Михальчишин

Національний університет “Львівська політехніка”

ДОСТУПНІСТЬ МЕТОДІВ ЗАХИСТУ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ ДЛЯ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

© Михальчишин Н.Л., 2011

Розглянуто підходи до трактування понять “недобросовісна конкуренція”, “захист від недобросовісної конкуренції”. Обґрунтовано чинники впливу на вибір методів захисту підприємства від недобросовісної конкуренції. Наведено характеристику доступності методів захисту від недобросовісної конкуренції суб’єктам господарювання в Україні, зокрема, визначено залежність використання визначених методів від самого підприємства та від зовнішніх факторів.

Ключові слова: недобросовісна конкуренція, методи захисту, суб’єкт господарювання, зовнішні фактори, підприємство.

N.L. Mykhalchyshyn

Lviv Polytechnic National University

AVAILABLE METHODS OF THE PROTECTION FROM UNFAIR COMPETITION TO ENTREPRENEURS

The approaches to the interpretation of the concepts of “unfair competition”, “protect from unfair competition”. Grounded factors influence the choice of methods to protect businesses from unfair competition. The characteristics of available methods of protection against unfair competition to entrepreneurs in Ukraine, in particular, defined dependence using certain methods of the enterprise and from external factors.

Key words: unfair competition, methods to protect, entrepreneurs, external factors, enterprise.

Постановка проблеми. Розвиток товарних ринків можливий за прибутковості конкретних підприємств, які їм можуть досягати будь-якими не завжди конкурентними способами, зокрема, через здійснення недобросовісної конкуренції. Враховуючи визначення недобросовісної конкуренції відповідно до чинного законодавства, підприємства для утримання свого ринкового стану змушені виробляти стратегію захисту від неконкурентних дій конкурентів на ринку, а саме: обирати методи захисту, які б забезпечували індивідуалізацію підприємств на товарних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему недобросовісної конкуренції досліджують багато науковців, наприклад, З. Борисенко, В. Лагутін, а щодо захисту від її негативних проявів, то відомі дослідження О. Дашенко, О. Безух, А. Бойко, які визначають сутність захисту інтересів суб'єктів господарювання, захисту від недобросовісної конкуренції у сфері промислової власності, методів захисту від недобросовісної конкуренції. Однак у наукових публікаціях чіткого формулювання методів захисту із визначенням їх доступності для використання суб'єктами господарювання практично не зустрічається.

Цілі статті. Для захисту суб'єктів господарювання на товарних ринках в статті пропонується обґрунтування недобросовісної конкуренції як економічного явища з розкриттям сутності методів захисту від її негативного прояву з наведенням доцільності та доступності їх використання суб'єктами господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Суб'єкти господарювання, як учасники конкурентної боротьби, застосовують різні способи впливу на внутрішнє та зовнішнє середовище. Одним із таких способів є недобросовісна конкуренція. Так, недобросовісна конкуренція на думку З.Борисенко [1; с.32], належить до методів і засобів конкурентної боротьби поряд з такими видами конкуренції як цінова, нецінова, добросовісна, внутрігалузєва та міжгалузєва. Недобросовісна конкуренція – це такі методи підприємницької боротьби, націлені на отримання переваг у конкуренції, які застосовуються через порушення чинного законодавства, професійних та етичних норм і вимог добропорядності, розумності й справедливості. Чим більше загострюється конкурентна боротьба, тим серйозніші прояви недобросовісної конкуренції. Однозначного негативного забарвлення недобросовісній конкуренції надає і О.В. Безух [2], на думку якого недобросовісна конкуренція – це антиконкурентні дії суб'єктів господарювання чи бездіяльність, пов'язані з порушенням чинного законодавства, торгових правил та звичок, прав на інтелектуальні продукти, вимог добропорядності і справедливості шляхом вчинків, здатних викликати змішування відносно підприємства, продукції або діяльності конкурента, ввести громадськість в оману, дискредитувати конкурента. Відповідно до визначення недобросовісної конкуренції захист від такого виду конкуренції розуміється як врегульована законом діяльність держави, її органів і посадових осіб, що контролюють процес конкуренції, учасників конкуренції, спрямована на встановлення елементів матеріально-правового відношення, що виникло внаслідок порушення конкуренції, правил та інших чесних звичаїв у підприємницькій діяльності, припинення недобросовісної конкуренції та притягнення винних до відповідальності.

За формою недобросовісну конкуренцію можна класифікувати, враховуючи зміст та спрямованість 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 під час конкурентної боротьби та досягненням неправомірних переваг у конкуренції; дії, пов'язані з неправомірним збиранням, розголошенням та використанням комерційної таємниці [6].

Відносини, пов'язані з захистом від недобросовісної конкуренції, регулюють Закони України „Про недобросовісну конкуренцію”, “Про захист економічної конкуренції”, “Про Антимонопольний комітет України”, “Паризькою конвенцією про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року”, міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, іншими актами законодавства, виданими на підставі законів чи постанов Верховної Ради України. Захист від недобросовісної конкуренції вже більше століття вважається частиною системи охорони промислової власності. У коментарі до Типового закону для країн, що розвиваються, по товарних знаках, назвах фірм і недобросовісній конкуренції такі 12 видів діяльності зараховані до недобросовісної конкуренції:

- підкуп покупців конкурента з метою залучення їх на свою сторону як покупців;

- промислове шпигунство чи підкуп службовців конкурента з метою розвідування ділової або комерційної таємниці;
- використання чи розкриття без дозволу зведеного технічного “ноу-хау” конкурента;
- підштовхування службовців конкурента до порушення договорів з найму чи до звільнення з роботи в конкурента;
- погроза на адресу конкурентів подати позов за порушення патента чи товарного знака, якщо така погроза робиться недобросовісно з метою скорочення товарного обігу конкурента і для перешкоди конкуренції;
- бойкотування торгівлі для перешкоди конкуренції або її запобігання;
- демпінг, тобто продаж нижче собівартості, з метою перешкодити конкуренції, якщо демпінг призводить саме до такого наслідку;
- створення враження, що пропонуються незвичайно сприятливі умови покупки, якщо це не відповідає дійсності;
- рабське копіювання товарів, послуг, реклами та інших характеристик комерційної діяльності конкурента;
- заохочення конкурента до невиконання контракту чи використання такого для своєї мети;
- реклама, що містить порівняння з товарами чи послугами конкурента;
- порушення положень законів, що не мають прямого відношення до конкуренції, з метою одержання шляхом такого порушення несумлінної переваги над іншими конкурентами [4].

Під час функціонування економічних відносин стикаються інтереси трьох груп суб'єктів: суб'єктів господарювання, кінцевих споживачів, держави. Основними інтересами кінцевого споживача є отримання товару (послуги) належної якості за мінімальної вартості, при цьому має забезпечуватись достатній рівень споживання. Інтереси держави в цьому випадку є похідними від інтересів перших двох груп суб'єктів, а саме: вона через притаманні їй механізми регулювання прагне до забезпечення балансу задоволення інтересів як всередині кожної з наведених груп, так і між ними. Важливим моментом є те, що державою захищаються не будь-які інтереси суб'єктів господарювання, адже через недобросовісну конкуренцію суб'єкти теж намагаються досягти задоволення своїх інтересів, а лише „добросовісні інтереси”, тобто інтереси, які є в певній мірі загальноприйнятими, відповідають певному балансу інтересів і задоволення яких позитивно впливає на суспільство в цілому. Глобальною метою захисту інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції є забезпечення розвитку економіки шляхом забезпечення свободи підприємництва в умовах чесної конкурентної боротьби [5].

Необхідність захисту інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції можна розглядати на декількох рівнях: 1) конкуренція між суб'єктами господарювання на внутрішньому ринку; 2) конкуренція в міжнародному аспекті; 3) вплив органів державної влади на конкуренцію; 4) захист прав споживачів.

Якщо розглядати конкуренцію між суб'єктами господарювання на внутрішньому ринку, то тут насамперед виникає необхідність створення єдиних чесних „правил гри” на ринку, що має забезпечити рівні можливості для функціонування підприємств та відсутність нездорових тенденцій, що часто можуть межувати з кримінальними проявами. Що стосується конкуренції в міжнародному аспекті, то це питання є складнішим. Це пов'язано з тим, що, з одного боку, необхідно захистити вітчизняного виробника на внутрішньому ринку, а з іншого, забезпечити свободу конкуренції. Крім того, необхідно враховувати тиск з боку міжнародних економічних організацій та політичну складову, яка майже завжди присутня в міжнародних економічних відносинах. Що стосується впливу органів державної влади на конкуренцію, то це питання є доволі суперечливим. Органи державної влади повинні в силу своїх повноважень сприяти розвитку конкуренції, але на практиці це відбувається не завжди, нерідко навпаки дії державних органів певним чином обмежують конкуренцію, не останнє значення в цьому часто має корупція [5].

Захист інтересів споживачів є одним з головних наслідків боротьби з недобросовісною конкуренцією, оскільки саме кінцевий споживач в підсумку відчуває на собі ефективність функціонування економіки та наслідки недобросовісної конкуренції. Враховуючи зазначені вище передумови, виділяють такі основні цілі захисту інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції:

- забезпечення рівності суб'єктів господарювання під час здійснення підприємницької діяльності;
- захист суб'єктів господарювання від проявів недобросовісної конкуренції на внутрішньому/зовнішньому ринках;
- запобігання можливостям досягнення неправомірних переваг у конкуренції;
- захист інтелектуальної власності на зовнішньому та внутрішньому ринках;
- забезпечення реалізації споживачами своїх прав на гарантований рівень споживання, відповідну якість товарів тощо.

Основними ж методами недобросовісної конкуренції є: економічне (промислове) шпигунство, підробка продукції конкурентів, підкуп і шантаж, обдурювання споживачів, махінації з діловою звітністю, валютні махінації, приховування дефектів тощо [3]. Крім того, в умовах розвитку глобалізації та прагнення України до інтеграції в європейські економічні структури питання захисту від недобросовісної конкуренції та конкурентної політики в цілому набуває нового змісту. На рівні держави методи захисту від недобросовісної конкуренції можуть застосовуватись відповідними державними органами, наприклад, контрольно-наглядовим органом, яким є Антимонопольний комітет України. Одним із методів захисту від недобросовісної конкуренції є здійснення підприємством антимонопольної діяльності, тобто діяльності окремих суб'єктів господарювання (юридичних та фізичних осіб), яка спрямована на створення та підтримку конкурентного середовища, зокрема, конкурентних відносин, на певному товарному ринку через протидію неконкурентній діяльності монопольних утворень. Ступінь використання підприємством методів захисту залежить не тільки від внутрішнього середовища компанії, але також і від зовнішнього середовища, оскільки захист від недобросовісної конкуренції хоч здійснюється в середині підприємства, але результати його використання проявляються у зовнішньому середовищі, зокрема, до контрагентів підприємства. Чинники впливу на вибір методів захисту підприємства від недобросовісної конкуренції наведено в табл. 1. На кожному товарному ринку можуть виникати окремі, властиві тільки для певного ринку чинники, але загалом, практично на кожному ринку діють зазначені у табл. 1 чинники, оскільки суб'єкти господарювання повинні діяти у законодавчому полі у взаємодії з партнерами, використовуючи свій внутрішній потенціал – виробничий, управлінський тощо.

Таблиця 1

Характеристика чинників впливу на вибір методів захисту підприємства від недобросовісної конкуренції

№ з/п	Чинники впливу	Характеристика чинників
1	2	3
1.	Розробленість законодавства щодо захисту від недобросовісної конкуренції	Законодавство щодо захисту від недобросовісної конкуренції визначає основні методи захисту, які може використовувати в господарській діяльності суб'єкт господарювання, включає як нормативно-законодавчі акти щодо визначення сутності недобросовісної конкуренції, так і акти про охорону прав на інтелектуальну власність.
2.	Наявність добросовісних конкурентних відносин на ринку	Формування добросовісних конкурентних відносин сприяє створенню розвиненого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва й товарообміну. Конкурентні відносини – це відносини між суб'єктами господарювання з дотриманням конкурентного законодавства, в основу яких покладено принципи конкурентної боротьби – боротьби за

1	2	3
		споживача, де підприємства змушені знижувати ціни на свою продукцію, постійно вдосконалювати її якість, а це, у свою чергу, вимагає постійного вдосконалення виробництва, запровадження досягнень науково-технічного прогресу, покращення організацій виробничих процесів. За наявності добросовісних конкурентних відносин у конкурентному середовищі суб'єкти господарювання не мають потреби активно захищатись від недобросовісної конкуренції.
3.	Проінформованість суб'єктів господарювання про права щодо захисту від проявів недобросовісної конкуренції	Для вибору методу захисту від недобросовісної конкуренції перш за все суб'єкти господарювання повинні володіти знаннями щодо правового регулювання захисту від недобросовісної конкуренції, знати свої права щодо захисту своїх прав та інтересів у судовому порядку.
4.	Прагнення учасників ринку до отримання надприбутків	Бажання отримати надприбуток може спонукати учасників ринку до витіснення конкурентів з ринку недобросовісними діями, які не відповідатимуть вимогам чинного конкурентного законодавства.
5.	Надійність захисту прав суб'єктів господарювання	Захист від проявів недобросовісної конкуренції у взаємодії із зовнішнім середовищем може проявлятися в отриманні державного захисту через надання свідоцтв власності, реєстрації торгових марок, а також через звернення в органи Антимонопольного комітету та судові органи за захистом своїх порушених прав та інтересів. Форма звернення до судів – через подання позовних заяв; до Антимонопольного комітету України – заяв та скарг. Якщо звернення суб'єктів господарювання розглядатимуться належним чином і прийматимуться рішення в обґрунтований термін, то такі суб'єкти будуть і надалі звертатись за захистом своїх прав.
6.	Налагодження стабільних ділових стосунків з партнерами	Налагодження стабільних ділових стосунків з партнерами є запорукою уникнення в майбутньому по відношенню до суб'єкта господарювання таких дій, як підкуп працівника, посадової особи покупця – (замовника); підкуп працівника, посадової особи постачальника; схвалення постачальника до дискримінації покупця (замовника); схвалення до бойкоту суб'єкта господарювання.
7.	Ступінь сформованості конкурентного середовища	Сформованість конкурентного середовища на ринку свідчить про наявність великого кола конкурентів і жорстку конкурентну боротьбу між ними. У разі недосягнення поставлених цілей конкурентними добросовісними способами деякі суб'єкти господарювання вдаються до недобросовісної конкуренції та нечесної конкурентної боротьби, що не відповідає вимогам конкурентного законодавства.
8.	Недоліки в управлінській системі	Управлінська система, що діє на підприємстві може забезпечити впровадження відповідних методів захисту від проявів недобросовісної конкуренції.
9.	Залежність від постачальників сировини з-за кордону	Структура джерел постачання на деяких ринках вимагає дотримання міжнародних нормативних актів щодо регулювання захисту від недобросовісної конкуренції.

Серед охарактеризованих чинників впливу на проблему вибору методів захисту від недобросовісної конкуренції найважливішими є: недоліки в управлінській системі; налагодження стабільних ділових стосунків з партнерами; наявність добросовісних конкурентних відносин на ринку; проінформованість суб'єктів господарювання про права щодо захисту від проявів недобросовісної конкуренції. Так, недоліки в управлінській системі, зокрема, через непроінформованість суб'єктів господарювання про права щодо захисту від проявів недобросовісної конкуренції, породжують недосконалий захист прав на інтелектуальну власність, а саме: на використовувані технології, рецептури виробництва, що може стати причиною несанкціонованого витоку інформації, які використовуватимуть конкуренти у своїй діяльності. Відсутність чіткого переліку

змісту комерційної таємниці та не зазначення положень щодо її збереженості в трудових договорах ускладнює захист комерційної таємниці на підприємстві, що становить один із видів недобросовісної конкуренції. Стабільні ділові стосунки є запорукою не тільки ділової репутації підприємства, але і надійністю щодо унеможливлення здійснення по відношенню до партнерів підкупів їх працівників тощо. Такий чинник безпосередньо пов'язаний не тільки з захистом від недобросовісної конкуренції, але і з підтриманням фінансової стабільності підприємств.

Враховуючи стан недобросовісної конкуренції на товарному ринку, а також інші чинники суб'єктами господарювання можуть бути використані різні методи захисту (див. табл. 2).

Таблиця 2

Характеристика методів захисту від недобросовісної конкуренції

№ з/п	Загроза, яка потребує використання методів захисту	Методи захисту
1.	неправомірні дії, спрямовані на отримання певних переваг над конкурентом за рахунок його інтелектуальної діяльності та ділової репутації	захист прав на інтелектуальну власність, зокрема, через отримання свідоцтва на право на знаки для товарів і послуг, прав на зазначення походження товару, здійснення міжнародної реєстрації знаків, приєднання до єдиної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків, дотримання умов договору про закони щодо товарних знаків; реєстрація комерційного найменування
2.	неправомірні дії, пов'язані з дезорганізацією виробничого процесу конкурента, створенням йому перешкод у процесі конкурентної боротьби та досягненням неправомірних переваг у конкуренції	дотримання положень Паризької конвенції про охорону промислової власності, зокрема, при укладанні договорів з контрагентами; для уникнення поширення інформації, що вводить в оману, розміщення на офіційному сайті суб'єктів господарювання відомостей, які: містять повні, точні та правдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, 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 з контрагентами; містять повні, точні та правдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання; містять посилення на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг.
3.	неправомірні дії, пов'язані з комерційною таємницею	визначення змісту комерційної таємниці та врегулювання доступу до комерційної таємниці при укладанні трудових договорів, забезпечення внутрішньої безпеки на підприємстві.

Кожен із запропонованих методів захисту характеризується своїм рівнем доступності для суб'єкта господарювання. Здебільшого підприємства мають право використовувати легальний законодавчий спосіб захисту, який відображається у формі отримання свідоцтва на право на знаки для товарів і послуг, прав на зазначення походження товару, здійснення міжнародної реєстрації знаків, приєднання до єдиної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків, дотримання умов договору про закони щодо товарних знаків; реєстрація комерційного найменування тощо. У цьому разі необхідним є знання законодавчо-нормативних актів, які регулюють процедури отримання зазначених свідоцтв та проходження відповідної реєстрації. Суб'єкти господарювання можуть зіткнутись з адміністративним фактором, який ускладнюватиме використання державного захисту, а також і з часовим фактором, оскільки визначені процедури не є одномоментними, а суб'єкт господарювання змушений продовжувати свою господарську діяльність і без наявності відповідних дозволів.

Щодо таких методів, як дотримання положень Паризької конвенції про охорону промислової власності, зокрема, при укладанні договорів з контрагентами; розміщення на офіційному сайті

суб'єктів господарювання відповідних відомостей для уникнення поширення інформації, що вводить в оману, то суб'єкти господарювання самостійно вправі використовувати визначені вище методи, і при цьому як адміністративний, так і часовий фактори відсутні, оскільки необхідним є знання положень Паризької конвенції про охорону промислової власності, а щодо розміщеної інформації про підприємство, то саме ж підприємство і визначає її зміст, спосіб, час та місце розміщення. Такий метод захисту як комерційна таємниця в основному теж визначається і застосовується самостійно підприємством, хоча на законодавчому рівні визначено, що за порушення комерційної таємниці суб'єкти несуть різні види відповідальності, в тому числі кримінальну із конфіскацією продукції. Внутрішня безпека на підприємстві частково межує із комерційною таємницею, оскільки від ступеня захищеності комерційної таємниці, рівня доступу до інформації, що становить комерційну таємницю залежить і внутрішня безпека.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Зміст методів захисту впливає зі змісту недобросовісної конкуренції, тому для підприємств перш ніж обирати певний метод потрібно проаналізувати недобросовісну конкуренцію на товарному ринку і вже після отриманих результатів визначати необхідний метод. Щодо доступності, то більшість методів вимагають орієнтації суб'єктів господарювання в правовому полі, однак необхідна управлінська воля та внутрішній потенціал до змін, жорсткої позиції на ринку. Питання захисту від недобросовісної конкуренції потребує аналізу захисту прав інтелектуальної власності, на об'єкти якої дуже часто посягають конкуренти на товарних ринках.

1. Борисенко З.М. *Основи конкурентної політики: Підручник.* – К.: Таксон, 2004. – 704 с. – (Ex professo). 2. Безух О.В. *Захист від недобросовісної конкуренції у сфері промислової власності // автореф. на здобуття ступеню канд. юрид. наук за спеціальністю 12.00.04 – Господарське право; арбітражний процес – Донецьк, 2001.* 3. Бойко А. *Методи захисту від недобросовісної конкуренції // Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/12-27-1>.* 4. Драпак *Основи інтелектуальної власності, 2003//readbookz.com/book/211/8014.html.* 5. Даценко О.В. *Захист інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції // Режим доступу: http://revolution.allbest.ru/economy/00034441_1.html.* 6. Слободянюк М.В. *Добросовісна конкуренція – законні норми поведінки // Конкуренція. Вісник АМКУ. – №2. – 2006. – С.52.*