

ЕФЕКТИВНИЙ ЗАХИСТ ВІД НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

Конкуренція є одним з вирішальних чинників розвитку як окремих соціально-економічних систем, так і національних економік в цілому і є найважливішим елементом ринкової економіки, що обумовлює розвиток ринкових відносин, визначає їх суть. Конкуренція є одним з найдієвіших механізмів регулювання ринкової економіки, а також цивілізованою і легалізованою формою боротьби за існування. Процеси, пов'язані з конкуренцією, формуванням і функціонуванням товарних ринків, стали об'єктом уваги науковців та законодавців усіх країн, орієнтованих на ринкову економіку, включаючи Україну. Це пов'язано з тим, що конкуренція виступає як один з системних параметрів функціонування і розвитку економіки і є необхідною умовою господарської діяльності в суспільстві, що базується на товарному виробництві та обміні.

Конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості продукції і рівня життя населення. Конкуренція важлива через те, що вона примушує підприємців виробляти якісніші товари і послуги за нижчих цін, стимулює суб'єктів господарювання до ефективної діяльності з метою отримання прибутку за рахунок забезпечення споживачів товарами (роботами, послугами) високої якості, у необхідній кількості та асортименті та за доступними цінами. Добросовісна конкуренція прийнятна для споживачів і суспільства в цілому, оскільки приносить підвищення життєвого рівня та сприяє прогресові в економіці.

Запровадження конкуренції переслідує досягнення двох основних цілей: розвиток економіки і задоволення потреб кінцевих споживачів.

Визначення поняття “економічна конкуренція” надано у статті 1 Закону України “Про захист економічної конкуренції”, відповідно до якого економічна конкуренція (конкуренція) – 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 ринку²⁶⁷. Згідно з преамбулою Закону України “Про захист економічної конкуренції” цей Закон визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин.

Державне регулювання економічної конкуренції забезпечується за допомогою системи заходів, що здійснюються уповноваженими органами і спрямовані на запобігання недобросовісній конкуренції та зловживанням монопольним становищем, їх усунення та застосування заходів відповідальності до порушників відповідно до встановлених державою правил у сфері економічної конкуренції.

Основні засади захисту економічної конкуренції визначені в Конституції України. Статтею 42 Конституції України гарантовано що держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів.²⁶⁸ Тобто це означає що держава забезпечує свободу конкуренції між підприємцями, захищає споживачів від проявів недобросовісної конкуренції та монополізму в будь-яких сферах підприємницької діяльності. Наявність конституційних гарантій захисту конкуренції є ключовим елементом державного регулювання ринкових відносин в Україні.

²⁶⁷ Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001р. № 2210-14// ВВР України.-2001.-№12.-Ст. 64.

²⁶⁸ Конституція України від 30.09.2016, № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141.

Державний контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, захист інтересів підприємців від зловживання монопольним становищем та недобросовісної конкуренції, вжиття заходів для попередження чи припинення його порушень, а також щодо притягнення винних осіб до юридичної відповідальності, які визначені Законом України “Про Антимонопольний комітет України”, здійснюється Антимонопольним комітетом України. Антимонопольний комітет України – є державним органом із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері державних закупівель. Це орган, головним завданням якого є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції.

Конкурентне законодавство регулює відносини органів державної влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю із суб'єктами господарювання; суб'єктів господарювання з іншими суб'єктами господарювання, із споживачами, іншими юридичними та фізичними особами в зв'язку з економічною конкуренцією.

В Україні державна підтримка та захист добросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності віднесені до пріоритетних напрямів ринкової економіки. Процес регулювання добросовісної конкуренції передбачає вироблення правил соціально – нормативної регламентації способів ведення конкуренції. Регулювання конкуренції має бути спрямоване передусім на забезпечення її ефективності відносно усіх суб'єктів ринкових відносин. У основі цього регулювання мають бути адекватні критерії оцінки соціально-економічної ролі учасників ринку.

Значну увагу конкуренції та розвитку конкурентного середовища приділяли такі науковці як А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, Д. Робінсон, Е. Чемберлін, О. Костусев, З. Борисенко, О. Бакалінська, С. Валітов й інші.

У зв'язку зі змінами моделей ринку змінюються типи і форми конкуренції. Для країн з розвинутою ринковою економікою конкурентне середовище є обов'язковою умовою і сутнісною рисою існування. Конкурентне середовище – це сукупність економічних, організаційних, технічних умов і процесів, інституцій, чинників, що

впливають на діяльність підприємства і його положення серед інших суб'єктів господарювання.

Учасники ринку використовують різні прийоми та методи суперництва з метою досягнення переваг у порівнянні зі своїми конкурентами. Але не завжди методи конкурентної боротьби укладаються в рамки правового регулювання, боротьба, яку ведуть між собою учасники ринку, може приймати не тільки дозволені, а й недозволені форми. Це пов'язано, насамперед з тим, що кожен конкурент прагне убезпечити себе від інших, а саме – від можливих намірів інших конкурентів реалізовувати свої інтереси за його рахунок.

Окремі учасники ринкових відносин з метою отримання максимального рівня прибутку грубо порушують права та законні інтереси окремих учасників відносин у сфері економічної конкуренції. Тому важливою складовою державної політики в сфері розвитку і захисту добросовісної конкуренції в Україні є створення надійного та ефективного захисту від недобросовісної конкуренції яка є однією з недозволених форм боротьби суб'єктів господарювання на ринку. Така поведінка є протиправною.

Під недобросовісною конкуренцією розуміється порушення “правил гри” в конкурентній боротьбі на ринку, в результаті чого порушуються права інших конкурентів на здійснення своєї діяльності. Недобросовісна конкуренція – це один з видів порушень конкурентного законодавства, один з можливих варіантів неправомірних дій. Захист підприємців від недобросовісної конкуренції і контроль над методами ведення конкурентної боротьби складають особливу, самостійну область правового регулювання. Недобросовісна конкуренція дозволяє отримувати незароблений прибуток.

Учасники конкурентних відносин в результаті недобросовісної конкуренції перемагають конкурентів не за рахунок більш ефективної виробничої або іншої комерційної діяльності, а шляхом застосування недозволених методів боротьби і таким чином втрачають стимул вдосконалювати свою роботу.

На сучасному етапі через бажання отримати швидкі прибутки та відсутність досвіду ведення чесної конкурентної боротьби, націленість на короткострокову перспективу зумовили значну інтенсивність процесів недобросовісної конкуренції.

Основою законодавчого захисту від проявів недобросовісної конкуренції є положення Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”, Закону України “Про захист економічної конкуренції”, Закону України “Про Антимонопольний комітет України”, Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року, міжнародних договорів України, згода на обов’язковість яких надана Верховною Радою України²⁶⁹.

У Статті 10 bis – [Недобросовісна конкуренція] Паризької конвенції про охорону промислової власності передбачено:

(1) Країни Союзу зобов’язані забезпечити громадянам країн, що беруть участь у Союзі, ефективний захист від недобросовісної конкуренції.

(2) Актом недобросовісної конкуренції вважається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торговельних справах.

(3) Зокрема підлягають забороні:

1. всі дії, здатні яким би то не було способом викликати змішування відносно підприємства, продуктів чи промислової або торговельної діяльності конкурента;

2. неправильні ствердження при існуванні комерційної діяльності, що здатні дискредитувати підприємство, продукти чи промислову або торговельну діяльність конкурента;

3. вказівки чи ствердження, використання яких при здійсненні комерційної діяльності може ввести громадськість в оману щодо характеру, способу виготовлення, властивостей, придатності до застосування чи кількості товарів²⁷⁰.

В Україні визначення недобросовісної конкуренції розвинене з положень Паризької конвенції з охорони промислової власності. Положення статті 10^{bis} Паризької конвенції необхідно розглядати як норми прямої дії, що можуть застосовуватись безпосередньо судами України та органами Антимонопольного комітету України. Закон України “Про захист від суб’єкти господарювання у зв’язку з

²⁶⁹ Про захист від недобросовісної конкуренції Закон України від 07.06.1996 № 236/96-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 36. Ст.1

²⁷⁰ Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_123

недобросовісною конкуренцією, у тому числі у разі вчинення ними дій за межами України, якщо ці дії мають чи можуть мати негативний вплив на конкуренцію на її території, якщо інше не встановлено міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Недобросовісну конкуренцію можна визначити як порушення правил поведінки, які склалися, широко застосовуються у підприємстві та визнаються підприємцями як обов'язкові ділові норми, що завдає шкоди відносинам добросовісної конкуренції і свободи у підприємницькій діяльності. Антимонопольний комітет України визнає недобросовісною конкуренцією як нечесні дії підприємця, що спрямовані на усунення чи обмеження конкуренції на ринку через використання чужої ділової репутації, створення перешкод конкуренту та досягнення неправомірних переваг у конкуренції на ринку, неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці.²⁷¹ Виходячи з норм Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції” акти недобросовісної конкуренції можна згрупувати наступним чином:

- неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання;
- створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції;
- неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці²⁷².

Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” забезпечує захист від недобросовісної конкуренції не тільки суб'єктів господарювання – підприємців, але і споживачів, заради яких, в кінцевому результаті, і здійснюється така підприємницька діяльність.

Для надійного захисту від будь-яких проявів недобросовісної конкуренції державою створюється і підтримується надійний та ефективний організаційно-правовий механізм попередження,

²⁷¹ Сайт Антимонопольного комітету України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/84521>

²⁷² Господарський кодекс України (ГК України). Науково-практичний коментар. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док: <http://uazakon.ru/ukr/gku/33/default.htm>

виявлення і припинення порушень законодавства про захист від недобросовісної конкуренції. Вчинення дій, визначених Законом як недобросовісна конкуренція, тягне за собою накладення Антимонопольним комітетом України адміністративно-господарських штрафів, передбачених Законом України “Про захист від недобросовісної конкуренції”, а також адміністративну, цивільну та кримінальну відповідальність у випадках, передбачених законодавством.

Аналіз багаторічної практики діяльності органів Антимонопольного Комітету України показує, що до найбільш поширених порушень, які вчинялися з метою досягнення неправомірних переваг у конкуренції у вигляді недобросовісної конкуренції можна віднести наступні дії.

– Поширення інформації, що вводить в оману.

Введення в оману є найбільш поширеною формою недобросовісної конкуренції, яка визначається як створення суб’єктом господарювання хибного враження щодо власної продукції або послуг. Поширення інформації, що вводить в оману, у тому числі в рекламі, безпосередньо негативно впливає на споживача, на його вибір товару і призводить до отримання порушником неправомірних переваг у конкуренції та невиправданих витрат споживача через придбання товару, який насправді не має тих властивостей, про які поширювалась інформація. Наслідки таких дій є досить серйозні, оскільки споживачі, спираючись на некоректну інформацію, страждають фінансово, в той же час чесний конкурент втрачає клієнтів, прозорість ринку зменшується, з незадовільними наслідками для економічного благоустрою та економіки в цілому. Таким чином, неточні, неправдиві, неповні відомості в інформаційному повідомленні можуть ввести в оману споживача та сприяти домінуванню суб’єкта господарювання на ринку через його недобросовісну конкуренцію, сприяти досягненню неправомірних переваг у конкуренції, що суперечить законодавству України.

– Неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки, визначене у статті 4 Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції” як використання без дозволу уповноваженої на те особи чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також

рекламних матеріалів, упаковки товарів, назв літературних, художніх творів, періодичних видань, зазначень походження товарів, що може призвести до змішування з діяльністю іншого суб'єкта господарювання (підприємця), який має пріоритет на їх використання.

– Дискредитація суб'єкта господарювання (підприємця), а саме – поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання (підприємця), які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання (підприємця) (стаття 8 Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”).

– Неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці (статті 16 – 19 Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”).

– Недобросовісні дії, які вчинялися у вигляді досягнення неправомірних переваг у конкуренції шляхом порушення іншого законодавства.

За вчинення дій, які визнаються недобросовісною конкуренцією, на суб'єктів господарювання накладається штраф у розмірі до п'яти відсотків доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єкта господарювання за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Якщо доходу (виручки) немає або відповідач на вимогу органів Антимонопольного комітету України, голови його територіального відділення не надав відомостей про розмір доходу (виручки), зазначений штраф накладається у розмірі до десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Значна частина порушень у вигляді недобросовісної конкуренції відбувається у сфері інтелектуальної власності.

Аналіз міжнародного досвіду охорони і захисту прав інтелектуальної власності свідчить, що існує багато нерозв'язаних проблем та недосліджених явищ у зазначеній сфері, яким на Україні в силу низки об'єктивних і суб'єктивних причин приділялося недостатньо уваги. Забезпечення правової охорони і захисту інтелектуальної власності є необхідною умовою процвітання будь-якої країни, що зумовлює необхідність удосконалення механізмів правової охорони і захисту інтелектуальної власності, адже це зумовлюється інтенсивним розвитком економіки в цілому.

У Європі організація інноваційної діяльності і правова охорона та захист інтелектуальної власності фактично вже стали прерогативою Європейського Союзу, що свідчить про надзвичайну актуальність цієї проблеми. Заходи щодо охорони і захисту прав інтелектуальної власності впроваджуються на міжнародному рівні, де більшість країн керуються правилами Всесвітньої організації інтелектуальної власності. Згідно зі статтею другою Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності, яка підписана в Стокгольмі 14 липня 1967 року і змінена 2 жовтня 1979 року, інтелектуальна власність включає права, які стосуються: літературних, художніх і наукових творів, виконавської діяльності артистів, звукозапису, радіо- і телевізійних передач, винаходів у всіх областях людської діяльності, наукових відкриттів, промислових зразків, товарних знаків, знаків обслуговування, фірмових найменувань та комерційних позначень, захисту від недобросовісної конкуренції, а також всі інші права, що стосуються інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній областях²⁷³.

Значну роль у процесі розвитку національних правових систем у сфері охорони і захисту інтелектуальної власності відігравали міжнародні конвенції. Україна приєдналася до багатьох міжнародних конвенцій та уклала двосторонні угоди з питань авторського та патентного права. Це, зокрема, Бернська конвенція про Охорону літературних і художніх творів 1886 р., Паризька конвенція про охорону промислової власності 1883 р.. В Бернській конвенції було введено термін “авторське право”, а Паризька конвенція закріпила поняття “промислова власність”²⁷⁴.

Регулювання захисту прав інтелектуальної власності використовується при застосуванні багатосторонніх міжнародних угод, таких як Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (TRIPS), яку було прийнято у рамках Марракеської угоди

²⁷³ Конвенция учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности.

[Електронний ресурс] – Режим доступу до док: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_169/print

²⁷⁴ Как защитить интеллектуальную собственность: судебные и досудебные способы отстаивать свои права. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док: <https://www.kp.ru/guide/intellektual-naja-sobstvennost.html>

про заснування Світової організації торгівлі. Ця Угода регулює торгові питання прав на результати інтелектуальної діяльності і є невід'ємною частиною правового фундаменту СОТ. Норми, що охороняють права інтелектуальної власності, постійно змінюються і ускладнюються під впливом науково – технічного прогресу.

Законодавством передбачені виключні права авторів на використання результатів своєї інтелектуальної, творчої діяльності з одночасною заборонаю їх використання будь-яким третім особам без дозволу на це авторів за винятками, встановленими законом. Однак інтелектуальна власність часто виступає об'єктом протиправних дій з боку третіх осіб і відповідно потребує правового захисту.

Результати інтелектуальної діяльності можуть охоронятися за допомогою різних варіантів захисту прав інтелектуальної власності. Наприклад, створений певний виріб може вважатися художнім творінням, і тому він охоронятиметься в рамках авторського права, але він також може охоронятися як товарний знак. І таких варіантів достатньо багато. Відносно одних і тих же результатів інтелектуальної діяльності можна використовувати різні варіанти охорони інтелектуальної власності. Захист права інтелектуальної власності може бути здійснено в кримінально-правовому, адміністративно-правовому та цивільно-правовому порядку в залежності від тяжкості порушення та його суспільної небезпеки.

Залежно від форми охорони та правової традиції кожної країни, можуть бути вжиті відповідні заходи для заборони незаконного використання інтелектуальної власності за допомогою, зокрема, законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

Для захисту прав інтелектуальної власності, тобто на особисті майнові і немайнові права на такі об'єкти інтелектуальної власності як: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, торгові марки, тощо, передусім, необхідно цими правами володіти, тобто необхідно свої права зафіксувати, а саме, мати документальне підтвердження своїх прав (свідоцтво для знаку для товарів і послуг, авторське свідоцтво, патент на корисну модель, патент на промисловий зразок, свідоцтво, ліцензійний договір, договір передачі прав) в іншому випадку буде важко довести, що об'єкт інтелектуальної власності належить тільки певній особі, яка вказана в законі або в іншому державному акті, наприклад в патенті на винахід, в акті реєстрації товарного знаку.

Якщо в обіг введено товар з незаконним використанням результатів інтелектуальної діяльності або ж прирівняними до цих результатів засобами індивідуалізації юридичної особи, продукції, робіт, послуг, це може привести до того, що у покупця може створитися інша думка про знак його власника, яка може мати різко негативний вплив на його загальну репутацію, що може кваліфікуватися як порушення вимог Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”.

Незаконне використання інтелектуальної власності може, як правило, бути пов’язано з діями суб’єкта господарювання, здатними викликати змішування відносно конкурента, його товарів або діяльності. Таке змішування може виникнути в результаті порушення виняткових прав на результати інтелектуальної діяльності та засоби індивідуалізації, що може кваліфікуватися як недобросовісна конкуренція.

Правове регулювання недобросовісної конкуренції в сфері інтелектуальної власності передбачає наявність системи правових засобів, що забезпечує добросовісну конкуренцію на товарних ринках. Припинення недобросовісної конкуренції є одним з найважливіших напрямків антимонопольного регулювання, реалізації антимонопольної політики.

В окремих державах законодавство про недобросовісну конкуренцію становить самостійну галузь законодавства, в інших – входить до складу комплексного нормативно-правового акту, присвяченого антимонопольному регулюванню. В деяких країнах розвиток конкуренції нормативно не стимулюється, відбувається тільки вирішення питань конкуренції за фактом порушення антимонопольного законодавства. Окремі країни з розвинутою економікою пішли по іншому шляху. У таких країнах законодавство і нормативно-правова база стимулюють розвиток конкуренції.

Відповідно до чинного законодавства порушниками законодавства про захист від недобросовісної конкуренції є суб’єкти господарювання, що діють на ринку і здійснюють такі дії з метою здобуття додаткових переваг у конкуренції, або їх працівники, що отримують певні винагороди або позитивні ефекти, за умови, що така поведінка порушника суперечить правилам здійснення підприємницької діяльності.

Світовий досвід свідчить, що у розвинених країнах припинення порушень конкурентного законодавства є головним завданням антимонопольних органів.

Налагодження міжнародного співробітництва, перш за все з антимонопольними відомствами сусідніх держав, дослідження міжнародного досвіду припинення порушень конкурентного законодавства є орієнтиром для створення дієвого механізму його застосування в Україні, що дозволить уникнути багатьох помилок і прорахунків при вдосконаленні конкурентного законодавства в Україні.

Аналіз розгляду справ з недобросовісної конкурентної практики в різних країнах світу свідчить, що найбільш поширеною категорією протиправних дій є незаконне використання чужої репутації. Значна частина порушених справ щодо недобросовісної конкуренції стосується неправомірного використання товарного знаку, фірмових найменувань, імітації, копіювання та прямого відтворення товарів іншого підприємця, самовільного використання його імені, умисне поширення неправдивих або неточних відомостей, що можуть завдати шкоди діловій репутації або майновим інтересам іншого підприємця.

Характерними прикладами розгляду справ з недобросовісної конкуренції в різних країнах світу можуть бути наступні.

Час від часу в судах різних інших країн світу розглядаються, зокрема, справи такої категорії, як використання товарних знаків у якості ключових слів.

Розглянемо деякі важливі справи для зарубіжної судової практики, які дають деяку уявлення про те, що насправді може стояти за подібним використанням ключових слів.

1. Прикладом може бути справа розглянута судом у Франції.²⁷⁵

Позивачем у справі виступив: Cobrason. Відповідачами були: Google Inc., Google France, Solutions. Дата прийняття рішення: 29.01.2013.

Ключові слова: “Cobrason”. Позивачеві належить товарний знак “Cobrason”.

Позивач і відповідач є онлайн-сервісами з продажу відео і Hi-Fi апаратури, будучи прямими конкурентами по відношенню один до

²⁷⁵ Republique francaise au nom du peuple francais [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000027024140&fastReqId=405377599&fastPos=1

одного. Позивачу належить товарний знак “Cobrason”. У своєму позові позивач вказав, що при запиті в пошуковику www.google.fr слова “cobrason”, за результатами пошукової видачі з’являється рекламне посилання на сайт відповідача, яке відображається у вигляді тексту: “Навіщо платити більше?”. Саме тому позивач подав до суду на Google Inc., Google France і на Solutions, які, на його думку здійснювали недобросовісну конкуренцію і показували споживачам рекламу, що вводить в оману за допомогою сервісу AdWords.

В ході судового розгляду даної справи 11 травня 2011 р. апеляційним судом Парижа компанія Google France була виключена з числа співвідповідачів. Решту двох співвідповідачів даний суд визнав відповідальними за недобросовісну конкуренцію, за рекламу, що вводить в оману та присудив 100 000 євро компенсації збитків позивачеві.

Однак, у своєму рішенні від 23 січня 2013 р. Верховний суд Франції скасував рішення Апеляційного суду Парижа за трьома підставами.

1. Було скасовано положення постанови суду, згідно з яким компанія Google Inc. технічно сприяло актам недобросовісної конкуренції, скоєних компанією Solutions. Згідно з висновками Верховного суду Франції, Апеляційний суд Парижа мав взяти до уваги аргумент, згідно з яким компанія Google Inc. повинна була підпадати під дію режиму обмеженої відповідальності провайдерів хостинг-послуг, як це визначено в статті 6-1-2 Закону від 21 червня 2004 р. про Конфіденційність в Цифровій Економіці (LCEN). Таким чином, Верховний суд Франції виніс рішення відповідно до практики, прийнятої Судом Європейського Союзу від 23 березня 2010 року за справою AdWords (C-236/08 C-238/08, Google Inc., Google France vs. Louis Vuitton Malletier і ін.).

2. Щоб довести недобросовісну конкуренцію, Верховний суд Франції ухвалив, що Апеляційний суд Парижа мав встановити ризик змішування між сайтами позивача і відповідача. Поступивши таким чином, Верховний суд Франції побічно підтвердив, що факт використання компанією Solutions товарного знаку позивача в якості ключового слова не є само по собі достатньою підставою для того, щоб визнати дії відповідача актом недобросовісної конкуренції. Недобросовісна конкуренція не виникає до тих пір, поки не виникає ризик введення в оману середньостатистичного

інтернет-користувача. На додаток, Верховний суд Франції зазначив, що нав'язування власних послуг клієнтам конкурента не є самим по собі правопорушенням до тих пір, поки таку недобросовісну поведінку не буде встановлено.

3. Також Верховний суд Франції ухвалив, що ні відображення посилання відповідача на його сайт, ні повідомлення з текстом: “Навіщо платити більше?” не є достатніми для встановлення факту, що реклама вводить в оману або ризик змішування для середньостатистичного інтернет-користувача відносно двох компаній незалежно від того, пов'язані вони між собою економічними зв'язками чи ні.

Тому рішення по справі було прийнято судом на користь відповідачів. Таким чином, рішення Верховного суду Франції чітко відповідає трактуванням, прийнятим Судом Європейського Союзу, які сприяють розвитку конкуренції. Якщо зараз ясно, що компанія має право використовувати товарний знак конкурента в якості ключового слова в сервісах рекламних посилань, в той же час не слід забувати, що в цьому питанні необхідно бути вкрай обережним для уникнення введення в оману середньостатистичного інтернет – користувача.

Прикладами розгляду типових порушень можуть бути, зокрема, справи розглянуті у США²⁷⁶.

2. Позивачем виступив: Rosetta Stone Ltd. Відповідач у справі: Google Inc. Дата прийняття рішення: 09.04.2012.

Позивачеві належать товарні знаки ROSETTA STONE, ROSETTA STONE LANGUAGE LEARNING SUCCESS, ROSETTASTONE.COM та ROSETTA WORLD.

Позивач є виробником програмного забезпечення для вивчення мов. Позов був поданий в 2005 році до відповідача з приводу того, що його сервіс AdWords дозволяв третім особам використовувати товарні знаки позивача:

- 1) в якості ключових слів в рекламних оголошеннях,
- 2) у вигляді заголовків і текстів рекламних оголошень на сайті відповідача для введення в оману споживачів, а також тим самим дозволяв третім особам привласнювати товарні знаки позивача.

²⁷⁶ Rosetta Stone Ltd. v. Google Inc. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: www.ca4.uscourts.gov/opinions/Published/102007.p.pdf

Окружний суд Вірджинії в 2009 році прийняв рішення, що використання третьою особою товарного знака не є введенням споживачів в оману. Позивач подав апеляційну скаргу, і справа була розглянута Апеляційним судом Четвертого округу. Суд переглянув рішення нижчої інстанції за трьома підставами позову компанії Rosetta Stone Ltd. – щодо прямого порушення, сприяння порушенню, ослаблення товарного знаку (тобто використання товарного знаку таким способом, при якому відбувається ослаблення його ідентифікаційної функції – коли товарний знак перестає однозначно асоціюватися з конкретним виробником).

а) **Пряме порушення.** Суд прийняв до уваги заяву позивача про те, що своїм користувачам відповідач надавав рекламні посилання на контрафактні примірники програмного забезпечення позивача, в той час як вони самі вважали, що такі посилання ведуть на сайти офіційних торгових посередників, і таким чином вони набувають легальну продукцію.

Також суд взяв до уваги той факт, що згідно з внутрішніми дослідженням Google, проведеним його фахівцями до 2004 року, було встановлено, що “ризик такого змішування дуже високий”, коли товарний знак використовується в заголовку або в змісті рекламного посилання, і що через подібну практику 94% користувачів були введені в оману принаймні один раз. Більш того, було представлено доказ, що два співробітники Google не змогли визначити (без подальших досліджень), які рекламні посилання на сторінці результатів пошукової видачі ведуть саме на сайти офіційних торгових посередників позивача, що відобразило невизначеність щодо легальності продукції, пропонованої подібними рекламними посиланнями.

б) **Сприяння порушенню.** Суд визначив, що скарга позивача щодо сприяння порушенню (яким є поінформованість однієї особи про те, що його дії сприяють вчиненню третьою особою неправомірних дій) з боку відповідача продовжує мати під собою підстави, оскільки відповідно до доказів позивача відповідач, усвідомлюючи, продовжував продавати ключові слова порушникам і розповсюджувачам контрафактної продукції.

в) **Ослаблення товарного знаку.** По даному питанню суд відхилив заяву позивача про те, що відповідач, використовуючи товарний знак позивача, тим самим послаблює його ідентифікаційну

функцію. Апеляційний суд підтвердив, що відповідач не використав товарний знак позивача для ідентифікації власних сервісів. Більш того, твердження позивача про ослаблення його товарного знаку було відхилено судом у зв'язку з тим, що підвищилася поінформованість суспільства про товарний знак позивача після його появи в системі відповідача Adwords.

Таким чином, Суд прийняв рішення скасувати рішення попередньої судової інстанції і відправити його на новий розгляд.

Примітка: однак у листопаді 2012 року сторони уклали мирову угоду, тим самим припинивши трирічні судові розгляди. Подробиці мирової угоди розголошені не були. При спільному анонсі цієї новини сторони відзначили, що вони змогли домовитися про припинення судових розглядів і планують співпрацювати в боротьбі з рекламними посиланнями щодо контрафактної продукції і запобігання неналежного використання та зловживань щодо товарних знаків в Інтернеті.

3. Характерним прикладом розгляду справи є наступна²⁷⁷. Позивачем у справі виступили: Network Automation, Inc. Відповідач: Advanced Systems Concepts, Inc. Дата прийняття рішення: 08.03.2011. Ключові слова: ActiveBatch.

Товарні знаки: позивачеві належить товарний знак “AutoMate”, відповідачу – “ActiveBatch”.

Позивач і відповідач – виробники програмного забезпечення. Компанія Network Automation прийняла рішення для реклами своїх продуктів використовувати слово “ActiveBatch” як ключового слова для рекламних посилань. Компанія Advanced Systems Concepts висловила протест проти такого використання, що поклав початок даного судового розгляду.

В результаті прийнятого рішення в полі пошукової видачі за запитом позивача по релевантному слову “AutoMate” виявлялися посилання на сайт позивача. У 2009 році відповідач направив позивачу письмове попередження про неприпустимість продовження подібного порушення. Своїм другим листом відповідач дав зрозуміти позивачеві, що на його думку, дії останнього є порушенням прав відповідача на товарний знак.

²⁷⁷ United states court of appeals for the ninth circuit. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2011/03/08/10-55840.pdf

Відповідач пригрозив позовом, на що позивач заявив, що його дії не є зазначеним порушенням, і тому подав у суд для того, щоб суд підтвердив факт непорушення прав відповідача зазначеними діями позивача (саме тому в справі Network Automation фігурує як позивач, а Advanced Systems Concepts як відповідач), а відповідач, в свою чергу, подав зустрічний позов про порушення його прав.

Суд першої інстанції наклав судову заборону на дії позивача. Суд також зазначив, що позивач використовував ідентичний знак для реклами і продажу своїх товарів, які є конкурентними по відношенню до товарів відповідача, і обидві компанії використовують Інтернет в якості каналу для дистрибуції своєї продукції. Оскільки рекламні посилання не давали чіткої відповіді про те, на який сайт вони ведуть, споживачі могли бути введені в оману.

Позивач оскаржив накладену судову заборону. Апеляційний суд скасував рішення суду першої інстанції при перегляді справи. Суд постановив, що будь-який споживач, який шукає “ActiveBatch по слову”, очікує отримати в результаті пошуку конкретний продукт, а не категорію товарів. Суд також постановив, що суд першої інстанції взяв до уваги тільки факт того, що продукція сторін позову є взаємозамінною, але не взяв до уваги того, що обидві сторони є прямими конкурентами. Суд підтвердив, що ключове слово позивача “ActiveBatch” і однойменний товарний знак відповідача ідентичні. Крім того, суд зазначив, що споживачі дорогого програмного забезпечення, швидше за все, розуміють зміст результатів пошукової видачі і рекламних посилань, і таким чином низька ймовірність того, що вони можуть бути введені в оману. Суд прийняв рішення, що суд першої інстанції зробив помилковий висновок: оскільки сторони позову є конкурентами, то позивач намагався не ввести споживачів в оману, а проінформувати їх про інші варіанти аналогічної продукції.

В результаті суд виніс рішення на користь позивача, скасувавши судову заборону, прийняту судом першої інстанції.

4. Прикладом також може слугувати розгляд наступної справи у США²⁷⁸.

У 2010 році Федеральна торгова комісія звинуватила двох фізичних осіб та п'ять пов'язаних компаній в поширенні

²⁷⁸ Бюллетень АПНК / Выпуск No 13 – 2012. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: http://www.aruc.org.ua/files/file/ARUC_Newsletter_13_2012_rus.pdf

неправдивих заяв про те, що їх добавка з ягід асаї забезпечує стрімку і істотну втрату ваги, а очищувач кишечника забезпечує профілактику виникнення раку кишечника. Крім цього, відповідач звинувачувався в тому, що не дивлячись на обіцянку “безкоштовного пробного періоду” за мінімальну вартість і повного повернення грошей за запитом, відповідач неодноразово списував грошові суми з банківських рахунків споживачів і робив все можливе для того, щоб споживачам було складно уникнути оплати повної вартості товарів, в цілому від 39,95 до 59,95 доларів США.

Федеральна торгова комісія звинуватила відповідача в порушенні Закону про “Федеральну торгову комісію”, Закону про систему електронних платежів і мову його реалізації, Е. Положення.

Федеральна торгова комісія оголосила про те, що в якості виконання однієї з умов угоди з Комісією компанії, які продавали в мережі Інтернет добавки з ягід асаї, “Очищувачі кишечника” та інші товари з використанням неправдивої реклами про “безкоштовний пробний період” і помилкових рекомендацій Опри Вінфрі та Рейчел Рей, заплатять штраф в розмірі 1,5 мільйона доларів США. Ці кошти призначаються для виплати компенсацій споживачам.

Справа стосовно компанії Central Coast Nutraceuticals, Inc. (Фенікс) є частиною триваючих заходів Федеральної торгової комісії, спрямованих на захист споживачів від шахрайських схем інтернет-маркетингу, а також помилкових і оманливих заяв про корисність для здоров'я. Умови угоди забороняють відповідачу використовувати методи “негативного вибору”, такі як плани безперервності, пропозиція безкоштовного або пробного використання по вступній ціні, при яких споживачі платять тільки невеликий збір за отримання продукту, а потім автоматично отримують рахунки на великі суми до моменту скасування поставок або повернення продукту до закінчення пробного періоду.

5. Прикладом розгляду порушення про незаконне використання патентів на програмне забезпечення та дизайн смартфонів компанії Apple корпорацією Samsung може бути розгляд наступної справи²⁷⁹.

²⁷⁹ Samsung присудили виплатити Apple мільярд доларов. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: <http://korrespondent.net/business/companies/1387279-samsung-prisudili-vyplatit-apple-milliard-dollarov>

Федеральний суд в Сан-Хосе, Каліфорнія, присудив корпорації Samsung до виплати 1,05 млрд. доларів компанії Apple за незаконне використання її патентів на програмне забезпечення та дизайн смартфонів. Компанії, які разом займають більше половини світового ринку смартфонів і нет-буків, взаємно звинувачували один одного в порушенні прав інтелектуальної власності у семистах з гаком, конкретних випадках. Apple, хотіла отримати з Samsung 2,5 млрд. доларів, тоді як Samsung виставив претензії до компанії Apple на 519 мільйонів.

Суд частково визнав позов компанії Apple, а домагання конкурента залишив без задоволення. Рішення суду дає компанії Apple можливість домагатися заборони на імпорт в США ряду виробів Samsung.

Нідерландська юстиція в аналогічному спорі стала на бік Samsung. На думку експертів, рішення каліфорнійського суду в перспективі піде на користь світовій індустрії гаджетів, оскільки змусить інших виробників більше займатися розробкою власних оригінальних технологій.

В індустрії мобільних телефонів патентні суперечки виникають регулярно, але конфлікт між Apple, і Samsung був найбільш резонансним як по сумі претензій, так і в якості юридичного прецеденту.

Сума штрафу стала рекордною не тільки в масштабі спору між Apple і Samsung, але і з точки зору всіх патентних воєн в мобільній індустрії.

6. Цікавим прикладом розгляду справ щодо інформації, що вводить в оману є розгляд справи в Австралії²⁸⁰.

Позивач: Google Inc. Відповідачі: Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). Дата прийняття рішення: 06.02.2013. Ключові слова: “Harvey World Travel”, “Harvey World”, “honda.com.au”, “just 4x4s magazine”.

Google відображав рекламні посилання на сайти компаній STA Travel, Carsales, Trading Post і Ausdog. Ці рекламні посилання показувалися користувачам, коли вони шукали когось із конкурентів зазначених компаній. Передбачувана мета рекламодавців полягала в

²⁸⁰ Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) [Електронний ресурс] - Режим доступу до док.: <http://www.austlii.edu.au/au/cases/cth/HCA/2013/1.html>

тому, щоб відвести у конкурента цільову аудиторію або представити ситуацію таким чином, що між рекламованою компанією і конкуруючою компанією існує ділове партнерство.

Загальною підставою для позову було те, що подібні посилання можуть вводити в оману, тому перед судом було поставлено питання, чи причетна компанія Google до введення в оману споживачів або оману шляхом відображення таких посилань в своїй пошуковій системі.

Суд першої інстанції прийняв позицію АССС (яка в першій інстанції виступала позивачем), визнавши дії компанії Google такими, що вводять в оману споживачів у випадках, коли відбувається показ рекламних оголошень, що вводять в оману.

Компанія Google подала апеляційну скаргу, яка в підсумку була розглянута Верховним судом Австралії. Верховний Суд постановив, що Google не створює і не виробляє будь-які рекламні посилання. Google просто відповідає на призначений для користувача пошуковий запит і виступає засобом зв'язку між споживачами і рекламодавцями. Це відбувається тому, що технології, за якими функціонують рекламні посилання, просто збирають інформацію, надану іншими особами, для подальшого показу реклами. Таким чином, Google (як і Інтернет в цілому) нічим не відрізняється від інших рекламних посередників, в число яких входять також газетні видання, теле- і радіомовлення.

Верховний Суд прийшов до висновку, що розумний користувач пошукової системи Google має уявлення про різницю між безпосередніми результатами пошукової видачі і блоком рекламних посилань. Тобто такий користувач розуміє, що текст рекламного оголошення складено рекламодавцем, і що безпосередньо компанія Google не схвалює і не стверджує зміст тексту рекламного оголошення. Це означає, що компанія Google безпосередньо не робить дій по введенню в оману споживачів, навіть якщо таке чинять рекламні посилання.

7. Цікавим прикладом є рішення суду у Великобританії²⁸¹.

²⁸¹ Judgment of the court (First Chamber) [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130d5cd0e63c6637446fdb161c5933cfc2a4b.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4OahqSe0?text=&docid=109942&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=168339>

Позивач: Interflora Inc., Interflora British Unit. Відповідач: Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Ltd td. Дата прийняття рішення: 22.09.2011.

Ключові слова: “Interflora Flowers”, “Interflora Delivery”, “Interflora.com”, “interflora.co.uk” и др. Товарні знаки: позивачеві належить ТЗ INTERFLORA.

Рішення суду: відповідачем були порушені права позивача на належний йому товарний знак.

Позивач є великою мережею на замовлення і доставку квітів, якому належить однойменний товарний знак. Відповідач – добре відома у Великій Британії роздрібна мережа з широким асортиментом товарів, що надає свої послуги через власні торгові точки і через он-лайн. Відповідач використовував слово “Interflora” для спонсорських посилань в рекламній системі AdWords щодо власного флористського онлайн-сервісу. Спонсорські посилання використовували слово “Interflora”, яке, як зазначено вище, є товарним знаком позивача.

У цій справі суд ухвалив, що ключове слово за своєю природою не є рекламою або завжди небажаним явищем по відношенню до однойменного товарного знаку. У той же час, в даному випадку порушення прав позивача було, оскільки відповідач не надав розумній кількості добре поінформованих і спостережливих користувачів інформацію про те, що сервіс відповідача по доставці квітів не є частиною аналогічного сервісу позивача.

Суд прийшов до висновків, що:

1. Добре поінформований і спостережливий користувач, як правило, не усвідомлював в травні 2008 року (і в момент розгляду справи в суді), що сервіс відповідача по доставці квітів не був частиною аналогічного сервісу позивача.

2. Ні в одному з рекламних оголошень відповідача не було інформації про те, що сервіс відповідача не є частиною аналогічного сервісу позивача.

3. Сутність сервісу позивача, яка дозволяє користувачам сервісу торгувати під своїми власними іменами, зробило ще більш правдоподібними припущення про те, що сервіс відповідача пов'язаний з сервісом позивача.

Тому суд постановив, що використання відповідачем як рекламодавцем товарного знаку позивача як ключового слова для

реклами власних послуг є використанням товарного знаку позивача в сфері торгівлі стосовно до його власних продуктів і послуг.

Конкурентна політика України в умовах євроінтеграції не може розроблятися і впроваджуватися без урахування міжнародного досвіду прийняття і застосування конкурентного законодавства, адже проблемні питання розвитку конкуренції постійно перебувають у центрі уваги міжнародних економічних організацій та є предметом міжнародної координації та взаємодії. Саме тому міжнародний досвід розвитку конкурентної політики набуває вагомого значення в процесі євроінтеграції та глобалізації господарського життя України.

Аналіз міжнародної практики особливостей розгляду справ про захист від недобросовісної конкуренції є необхідною складовою забезпечення ефективного правозастосування та удосконалення правового регулювання, оскільки розкриває підходи у правозастосуванні різних країн світу, забезпечує прозорість законодавства і передбачуваність його застосування.

В Україні постійно вивчається і застосовується міжнародний досвід запобігання та припинення недобросовісної конкуренції. Однак кількість порушень в Україні ще залишається високою. Останніми роками спостерігається тенденція наявності великої кількості випадків недобросовісної конкуренції, стосовно яких Антимонопольним комітетом України прийнято рішення про накладення штрафних санкцій. Так, у 2014 році органами Антимонопольного комітету України було припинено **650** порушень вимог Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”²⁸². З них **114** порушень у вигляді недобросовісної конкуренції, стосовно яких Комітетом прийнято рішення про накладення штрафних санкцій, та **536** дій, що містили ознаки таких порушень, які було припинено відповідно до наданих органами Комітету рекомендацій суб’єктам господарювання.

Найбільш поширеним видом недобросовісних дій, які вчинялися з метою досягнення неправомірних переваг у конкуренції, було поширення інформації, що вводить в оману. Цей вид порушення

²⁸² Звіт Антимонопольного комітету України АМКУ. [Електронний ресурс] – Режим доступу до док.: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712&>

становив у 2014 році 90,0 відсотків загальної кількості порушень у вигляді недобросовісної конкуренції суб'єктів господарювання.

У 2016 році органами Антимонопольного комітету України було припинено 276 порушень вимог Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”. З них –75 порушень у вигляді недобросовісної конкуренції, стосовно яких Комітетом прийнято рішення про накладення штрафних санкцій та 201 – дій, що містили ознаки таких порушень, які було припинено відповідно до наданих органами Антимонопольного комітету України рекомендацій суб'єктам господарювання. З них поширення інформації, що вводить в оману (стаття 15-1) – 246, неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки (стаття 4) – 13, досягнення неправомірних переваг у конкуренції (стаття 15) – 8. Майже третина таких порушень – 28,25% в агропромисловому комплексі. За порушення у вигляді недобросовісної конкуренції у 2016 році було накладено штрафних санкцій майже 5,0 млн грн.

У 2016 році, так само як і в 2014, 2015 роках, залишились актуальними питання неправомірного використання ділової репутації суб'єктів господарювання. Найбільш поширеним видом недобросовісних дій, які вчинялися з метою досягнення неправомірних переваг у конкуренції, було поширення інформації, що вводить в оману.

Комітет при вирішенні питання щодо накладання штрафів виходив із світових стандартів – штраф за порушення у вигляді недобросовісної конкуренції має перевищувати незаконно отриманий прибуток та мати стримуючий ефект, при цьому не усуваючи суб'єкта господарювання з ринку чи позбавляючи його можливості конкурувати.

Виходячи з вищевикладеного видно, що в Україні формується цивілізоване, прийняте в усіх розвинених країнах світу ставлення до конкуренції як одного з найпотужніших механізмів, що забезпечує функціонування економіки ринкового типу, однак законодавство про захист економічної конкуренції як і його нормативно-методична база залишаються недостатніми і потребують розробки цілого пакета законів, постанов Уряду та підзаконних актів. Україні необхідно вживати заходів для досягнення світового рівня, зокрема, в захисті прав на об'єкти інтелектуальної власності від недобросовісної конкуренції, проводити послідовну роботу щодо

вдосконалення українського законодавства про охорону та захист об'єктів інтелектуальної власності, а також щодо заборони і припинення актів недобросовісної конкуренції.

Наміри нашої держави інтегруватися у світове співтовариство викликають необхідність налагодження і зміцнення зв'язків з антимонопольними відомствами європейських та інших розвинених країн з метою вивчення законодавчої і нормативної бази, процесуальних засад її застосування.

Розвиток законодавства про захист економічної конкуренції і практика його застосування в Україні потребують розгортання інтенсивних наукових досліджень з питань розвитку конкуренції, адже світовий досвід далеко не завжди може безпосередньо застосовуватись у специфічних умовах української економіки. На жаль, поки не існує однакового підходу до даної проблеми для всіх країн. Необхідність дослідження проблем припинення недобросовісної конкуренції на товарних ринках обумовлена: недостатністю розробленості юридичних аспектів захисту від недобросовісної конкуренції; потребою в теоретичному обґрунтуванні пропозицій щодо вдосконалення законодавства про недобросовісну конкуренцію; необхідністю узгодження теоретичних розробок в області припинення недобросовісної конкуренції і правозастосовчої практики; проведенням і поглибленням економічних і правових реформ.

Тобто подальший розвиток законодавства про захист економічної конкуренції – потребує серйозної наукової підтримки з метою забезпечення добросовісної конкуренції, що важливо для реалізації економічних і правових реформ, а також для вирішення внутрішніх і зовнішніх завдань з тим, щоб створити реальні гарантії захисту українських підприємців та іноземних інвесторів від недобросовісної конкуренції.

Формування системи добросовісної конкуренції в умовах ринкової економіки є найважливішим чинником стабільного економічного розвитку країни.