



ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ ДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

Ольга Бакалінська

*доктор юридичних наук, професор,
старший науковий співробітник відділу захисту прав інтелектуальної власності
НДІ інтелектуальної власності НАПрН України
ORCID: 0000-0002-1092-0914*

Чесна і добросовісна конкуренція є формою реалізації принципу справедливості в господарській діяльності, тому дослідження проблем забезпечення розвитку добросовісних практик здійснення господарської діяльності є актуальними в усьому світі. Для України забезпечення розвитку добросовісної конкуренції є визначальним у контексті реалізації її зобов'язань відповідно до Угоди про асоціацію та набуття статусу кандидата на вступ до ЄС. Ця стаття присвячена аналізу сучасних підходів до забезпечення добросовісного конкурентного змагання з урахуванням не лише наявного, а й перспективного нормативного регулювання.

Ключові слова: добросовісна конкуренція, добросовісність, економічна діяльність

Постановка проблеми. Забезпечення законодавчих умов для вільного і безперешкодного здійснення добросовісного конкурентного змагання є одним з провідних напрямів реалізації правової політики держави. Під впливом добросовісного конкурентного змагання відбувається формування не тільки стандартів добросовісної поведінки суб'єктів господарювання на ринку, а й моделі цивілізованої взаємодії між учасниками конкурентного змагання, споживачами і державою. Усе це створює умови для формування власної культури конкуренції в державі, яка здебільшого є дієвішим засобом впливу на учасників конкурентних відносин, ніж будь-які заходи примусового характеру, санкціоновані державою, оскільки такий вплив здійснюється на основі поєднання морально-етичних та етно-соціальних світоглядних уявлень української нації. У контексті євроінтеграційних процесів та загальної тенденції до уніфікації законодавства України згідно з найкращими європейськими практиками, на нашу думку, має сенс розглянути як теоретичні, так і практичні аспекти формування спільного європейського конкурентного середовища і вдосконалення підходів до правозастосування на рівні окремих держав та Союзу в цілому.

Літературний огляд. Питанням захисту економічної конкуренції присвячені дослідження багатьох українських та зарубіжних, зокрема європейських, науковців. Проте якщо провідним напрямом досліджень були переважно дослідження, спрямовані на уніфікацію підходів до нормативного врегулювання та правозастосування у сфері злиттів, поглинань, набуття відносин контролю, то останнім часом з'явилася низка наукових розвідок щодо обґрунтування доцільності формування спільних правил добросовісної кон-

курентції на ринку та протидії недобросовісній практиці, зокрема в торгівлі та сфері вільних професій. Серед сучасних напрацювань з цієї тематики особливо виділяються праці таких науковців, як: Г. Андрошук, О. Безух, О. Вінник, С. Валітов, М. Вікен, Т. Демченко, Д. Задихайло, Ю. Журик, І. Коваль, О. Мельниченко, М. Сенфтлебен, М. Слободянюк, Ю. Тобота, В. Щербина, С. Шкляр Т. Швидка та інші.

Метою дослідження є аналіз впливу процесів європейської інтеграції на розвиток законодавства України у сфері запобігання та припинення недобросовісної конкуренції.

Виклад основного матеріалу. «Соціально-економічні перетворення в Україні передбачають формування нової економічної системи, ядром якої є конкурентний механізм, що в сукупності з державним регулюванням здатний забезпечити ефективність розподілу ресурсів, прискорення темпів розвитку економіки, стимулювання науково-технічного прогресу» [1, с. 13]. Водночас жодна економічна модель не може ефективно функціонувати без прозорих та ефективних механізмів захисту інтересів добросовісних учасників ринку. Такий захист, як правило, формується на основі поєднання заходів державного та недержавного регулювання, а також кращих підприємницьких практик, що визнаються і захищаються в суспільстві.

«Добросовісна конкуренція передбачає наявність у підприємницькій діяльності суб'єкта господарювання принципу добросовісності, який виступає важливим фактором врегулювання на упорядкованій основі конфліктів інтересів, а також взаємного узгодження зустрічних інтересів і претензій» [2, с. 34].

Ефективна добросовісна конкуренція розглядається як форма реалізації приватної ініціативи та свободи особистості в економіці. Водночас як нелегітимна приватна влада окремого суб'єкта господарювання може знищити не тільки економічну свободу інших суб'єктів господарювання, а й збалансованість та неупередженість державних рішень, що піддаються її домінуючому впливу: «... приватна влада в ліберальних демократичних суспільствах розглядається як така, що схильна до зловживання і тому має бути обмежена в такий спосіб, щоб рішення будь-якої приватної особи, яка має вплив на інших осіб, приймалися б тільки зі згоди останніх» [3, с. 2–3].

Реалізація принципу добросовісності в конкурентному змаганні дає можливість сформуванню культури конкуренції в суспільстві, істотно знизити рівень правопорушень, ефективно захистити права суб'єктів господарювання та споживачів, знизити рівень корупції в органах державної влади, налагодити суспільний діалог у державі, знизити рівень соціальної та політичної напруженості. Добросовісна конкуренція завжди є втіленням певних морально-етичних та соціально-історичних уявлень про добро і зло в господарській діяльності, що визначає межі дозволеної поведінки.

Верховний Суд сформував об'єктивний стандарт доброї совісті в Україні. У постанові КЦС ВС від 16 травня 2018 року у справі № 449/1154/14 викладено висновок про те, що добросовісність (п. 6 ст. 3 ЦК України) — це певний стандарт поведінки, що характеризується чесністю, відкритістю і повагою інтересів іншої сторони договору або відповідних правовідносин. Обґрунтування цієї правової позиції співзвучне з Модельними правилами європейського приватного права (DCFR), над якими досить тривалий час працювали в доктрині європейського цивільного права [4].

На нашу думку, якщо суддям буде надана можливість у рішеннях відходити від жорсткої норми закону, обґрунтовуючи це справедливістю — головним принципом судочинства і правосуддя, то добросовісність може бути досліджена, доказана та закріплена в судових рішеннях стосовно конкретних справ, аналіз яких, за певних умов, може стати основою для формування доктринальних уявлень про добросовісність чи недобросовісність поведінки суб'єктів господарювання в господарській діяльності та споживачів. Проте чи зацікавлені представники державної та судової влади у пануванні добросовісності, зокрема в господарській діяльності, — це питання більше риторичне, ніж правове.

Усталення принципу добросовісності конкуренції в господарській діяльності неможливе без його адекватного закріплення та реалізації у відповідній системі нормативних актів, що становлять конкурентне законодавство.

Особливе місце серед міжнародних угод України належить Угоді про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Відповідно до цієї угоди Україна та ЄС узгоджують національні законодавства з питань конкуренції; утримуються від надання державної допомоги підприємствам виробництва товарів або надання послуг, які спотворюють або загрожують спотворити конкуренцію; обмінюються інформацією стосовно власних схем допомоги; не вживають будь-яких заходів, що можуть спотворити торгівлю між країнами; у рамках Комітету з питань співробітництва проводять консультації з питань конкуренції; надають допомогу в розробленні правил конкуренції [5].

У Європейському Союзі законодавство про недобросовісну конкуренцію не є повністю гармонізованим, оскільки кожна країна-член має свої правила і звичаї здійснення господарської діяльності, а також підходи та концепції добросовісності поведінки суб'єкта господарювання на ринку. На сьогодні норми спрямовані на протидію недобросовісним підприємницьким практикам. Директива про недобросовісну комерційну практику [6] гармонізує підхід до недобросовісної практики у відносинах між бізнесом та споживачами. Вона захищає споживачів від оманливих та агресивних практик. Директива про оманливу та порівняльну рекламу [7] встановлює гармонізовані правила у сфері реклами. Захист нерозкритих ноу-хау та комерційної інформації гармонізовано в Директиві про комерційну таємницю [8].

Деякі країни, зокрема Австрія, Данія, Німеччина, Греція, Іспанія, Словенія, Швеція та Угорщина, мають спеціальні закони, що, як зазначається у доктрині, «спрямовані на захист конкуренції в інтересах усіх учасників ринку, включаючи конкурентів та споживачів, а також спрямовані на досягнення функціональної мети — захисту загального інтересу суспільства в неспотвореній конкуренції» [9, с. 1033].

Захист від недобросовісної конкуренції може також бути частиною Кодексу промислової власності (Португалія), Господарського кодексу (Чехія та Словаччина) або закону про конкуренцію, що включає антимонопольні положення (Естонія, Латвія та Литва) [10, с. 283].

Європейська правова доктрина керується загальним розумінням необхідності забезпечення гнучкої нормативно-правової бази, що дає змогу законодавству йти в ногу з мінливою торговельною практикою, ринковими правилами і звичаями. Захищаючи інтереси чесних підприємців, держави зобов'язані забезпечити ефективний захист від недобросовісної конкуренції.

Правила щодо недобросовісної конкуренції не повинні слугувати поширенню виключних прав інтелектуальної власності за межі їх обсягу та строку захисту. Утім вони виконують роль стимулів, за допомогою яких окремі власники отримують переваги виключних прав, європейські норми права конкуренції допускають вибіркове втручання у виключні права, як і вибіркове втручання для уникнення провалу ринку, тобто норми законодавства про захист від недобросовісної конкуренції спрямовані на оптимізацію конкуренції та збереження її переваг.

За визначенням М. Сенфтлебена, «законодавство про недобросовісну конкуренцію в ЄС ґрунтується на гнучких, загальних положеннях та заборонах» [11, с. 149–150]. Як зазначає Ф. Хеннінг-Бодевіг, у ст. 5(1) Директиви про недобросовісну комерційну практику стверджується, що «недобросовісна комерційна практика забороняється». Аналогічну загальну заборону, що охоплює відносини між підприємствами, можна знайти в законах про недобросовісну конкуренцію держав-членів ЄС. Наприклад, пункт 1(1) ст. 1 Федерального закону Австрії про боротьбу з недобросовісною конкуренцією спрямований на запобігання використанню учасниками ринку «недобросовіс-

ної комерційної практики або інших недобросовісних дій, які здатні вплинути на конкуренцію на шкоду компаніям більш ніж у незначній мірі». Розділ 3(1) німецького Закону про боротьбу з недобросовісною конкуренцією стверджує, що «недобросовісна комерційна практика є незаконною». Розділ 5 Шведського закону про маркетинг вимагає, щоб маркетинг «відповідав належній маркетинговій практиці» [10, с. 129].

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» недобросовісною конкуренцією визнаються будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності [12]. Положення цього закону відповідають положенням ст. 10bis Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року [13], яка є світовим стандартом нормативного закріплення захисту добросовісної конкуренції. Варто зазначити, що норми Конвенції необхідно розглядати як норми прямої дії, що можуть застосовуватися безпосередньо судами України та органами Антимонопольного комітету України. У разі визнання певних дій недобросовісною конкуренцією на підставі пунктів 1, 2 або 3 ч. 3 ст. 10bis Паризької конвенції обов'язковим є посилання також на положення ч. 1 ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

Поняття недобросовісної конкуренції, закріплене в ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», є прикладом генеральної заборони (генерального делікту) в господарському законодавстві України, а тому незалежно від того, чи відповідає певна підприємницька практика чинному законодавству, чи порушує виключно морально-етичні норми і вимоги господарської діяльності, вона забороняється. Водночас встановлення генеральної заборони недобросовісної конкуренції поглинає всі дії, які виходять за межі торговельних та інших чесних звичаїв у господарській діяльності [14, с. 116–117].

Цікаво, що М. Сенфтлебен зазначає: «... щоб визначити, чи відповідає певна маркетингова практика всеохоплюючим, відкритим вимогам чесності та добросовісності, судді можуть відійти від традиційних підходів, зосереджуючись на етичних стандартах чесності та порядності в певній спільноті» [11, с. 152]. На думку дослідника, «судді при встановленні фактів недобросовісної конкуренції мають виходити не тільки і не стільки з необхідності оцінки поведінки учасників конкурентного змагання, а звертати увагу на досягнення мети забезпечення ефективного функціонування конкуренції як основного інструменту ринкової економіки» [11, с. 156].

Варто вказати, що підходи до оцінювання та критеріїв визначення добросовісності поведінки суб'єкта господарської діяльності в ході кваліфікації дій як недобросовісної конкуренції зазнали змін. Головна особливість полягає в тому, що на сьогодні для того щоб дії окремого суб'єкта господарювання були визнані недобросовісними в розумінні законодавства про недобросовісну конкуренцію, не обов'язково, щоб він був конкурентом добросовісної сторони. Класичним уже став приклад, «наведений А. Кур, коли конкурентний суд Німеччини визнав наявність конкурентних відносин між суб'єктом господарювання, чий бізнес полягав у підсмажуванні кавових зерен, та торговцями квітами. Приймаючи рішення, суд виходив з того, що підприємець, використовуючи для реклами вислів «Замість квітів кава», своїми діями поклав початок конкурентним відносинам» [14, с. 115]. Дедалі частіше до недобросовісних методів конкурентної боротьби вдаються суб'єкти господарювання, що діють в інтересах інших учасників ринку. Відсутність конкурентного зв'язку між правопорушником і особою, чії права порушено недобросовісними діями, здебільшого дають можливість порушнику уникнути відповідальності. Досить часто такі дії є результатом маркетингових стратегій суб'єкта господарювання щодо просування товару на ринку — продукт плейсмент (product placement), ембуш-маркетинг (ambush marketing) [15, с. 7–9]. Розширення сфери використання маркетингових стратегій у господарській діяльності пов'язане зі щораз вищим рівнем впливу PR-технологій на розвиток комерційних зв'язків та тор-

гівлі, що дає можливість отримати максимальні комерційні результати з мінімальним використанням власних інтелектуальних, фінансових та виробничих ресурсів.

Варто зазначити стосовно контексту онлайн-маркетингу, що в європейській правозастосовній практиці можна спостерігати тенденцію до запровадження конкретних зобов'язань із забезпечення прозорості та передбачуваності відповідної ділової практики. Зокрема дискусія стосовно реклами за ключовими словами в законодавстві ЄС про торговельні марки та недобросовісну конкуренцію вже показала кілька років тому, що для забезпечення чесної поведінки та добре функціонуючого ринку в онлайн-контексті можуть знадобитися додаткові заходи прозорості. Так, у справі *Google/Louis Vuitton* Суд ЄС постановив, що реклама за ключовими словами становила порушення прав на торговельну марку, коли рекламне повідомлення, хоча й не вказувало на існування економічного зв'язку, було настільки нечітким стосовно походження рекламованих товарів чи послуг, що зазвичай поінформовані та достатньо уважні користувачі Інтернету не могли визначити на основі рекламного посилання та доданого до нього комерційного повідомлення, чи є рекламодавець третьою стороною, чи економічно пов'язаний з власником торговельної марки. Суд роз'яснив, що пости в мережі можуть вважатися комерційними, якщо вони містять «надлишок реклами», що виходить за рамки звичайного приватного коментаря про позитивний досвід використання продукту [16, п. 36, 38–40].

Законодавство про недобросовісну конкуренцію в ЄС характеризується взаємодією відкритих, гнучких положень, що забороняють недобросовісну комерційну практику в цілому, та більш конкретних законодавчо закріплених прикладів нечесної поведінки [17, с. 40]. Відповідно до цього підходу законодавство ЄС пропонує кілька способів захисту від введення в оману, дискредитації та наклепів, від звинувачень у недобросовісній конкурентній практиці, використанні рабської імітації, а також інших проявів незаконної конкуренції. Крім того, Директива про комерційну таємницю встановлює детальні правила для забезпечення захисту комерційної таємниці.

Прагнучи посилити та модернізувати захист прав споживачів у світлі стратегії онлайн-маркетингу, законодавець ЄС додав нові статутні правила до Директиви про недобросовісну комерційну практику [6; 18]. У результаті цієї ініціативи вищезгаданий «чорний список» оманливої, загалом неприпустимої поведінки в Додатку I директиви тепер також охоплює ранжування результатів пошуку та огляди споживчих товарів. Згідно з цими новими правилами недобросовісною є заява про те, що відгуки про товар надаються споживачами, які фактично використовують або придбали товар, без вживання розумних і пропорційних заходів для перевірки того, чи дійсно ці відгуки походять від споживачів, які мають відповідний досвід користування товаром.

Рада ЄС 29 квітня 2024 року офіційно ухвалила оновлені правила щодо складу, маркування та найменування меду, фруктових соків, джемів та сухого молока («сніданкові директиви»). Оновлені «сніданкові директиви» мають на меті допомогти споживачам ЄС робити більш поінформований вибір, забезпечити більшу прозорість щодо походження продуктів і зменшити кількість випадків продовольчого шахрайства та недобросовісних конкурентних практик на території Євросоюзу [19].

Комісар ЄС з питань сільського господарства Я. Войчеховський запропонував переглянути деякі положення цих директив з метою оновлення існуючих маркетингових стандартів Євросоюзу та забезпечення їх послідовного використання на всій його території. Нові правила, зокрема, передбачають більш чітке маркування країн походження з метою підвищення прозорості та боротьби з шахрайством на ринку меду. На маркуванні будуть вказані країни походження меду в низхідному порядку, виходячи з ваги, включаючи відсоток, який представляє кожна країна. Держави-члени ЄС зможуть вирішувати, що для меду, розміщеного на їхніх ринках, допускається зазначати лише відсоткове співвідношення чотирьох найбільших часток, якщо на ці країни припадає понад 50 % суміші. Крім того, нові правила стосуються вимог щодо мінімально-

го вмісту фруктів у джемах, зокрема, країни домовилися, що буде збільшено з 350 г до 450 г на кілограм у джемах та з 450 до 500 г на кілограм у джемах екстра-класу, що допоможе зменшити кількість цукру в джемах, сприятиме здоровому харчуванню та підтримає ринок фруктів ЄС. Оновлені директиви будуть опубліковані в Офіційному віснику Європейського Союзу і набудуть чинності через 20 днів після опублікування. Нові заходи будуть застосовуватися на всій території ЄС через два роки [20].

Таким чином, можемо констатувати, що законодавство Євросоюзу у сфері протидії проявам недобросовісної конкуренції, зокрема недобросовісної маркетингової практики, активно розвивається. На сьогодні головна увага європейських керівників спрямована на забезпечення реалізації спільного підходу до недопущення недобросовісної ділової практики на території всього ЄС. Для України як країни-кандидата важливо враховувати останні тенденції у розвитку конкурентного законодавства Євросоюзу та імплементувати їх до свого чинного законодавства, оскільки окремі норми європейського законодавства та принципи мають значний вплив на розвиток господарської діяльності в Україні та визначають конкурентні стратегії українських експортерів.

Висновки. Запорукою ефективності розвитку економічних відносин в Україні є поступова інтеграція її економічної системи в глобальний економічний світовий простір через уніфікацію та гармонізацію чинного законодавства і права в межах регіональних та універсальних торговельних угод. Для України як країни-кандидата до вступу в ЄС важливо остаточно визначитися з концепцією імплементації норм європейського законодавства до її правової системи, визначити на національному рівні концептуальні засади захисту комерційних секретів та моделі уніфікації норм європейського права, які впливають на розвиток конкуренції на окремих ринках.

Перелік використаних джерел

1. Антимонопольна діяльність: підручник / В. Д. Лагутін, Л. С. Головка, Ю. І. Крегул та ін. ; за ред. проф. В. Д. Лагутіна. Київ: КНТЕУ, 2005. 531 с.
2. Харченко П. Г. Адміністративно-правові заходи забезпечення захисту від недобросовісної конкуренції в діяльності органів Антимонопольного комітету України. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2004. 210 с.
3. Amato G. *Antitrust and the Bounds of Power: The Dilemma of Liberal Democracy in the History of the Market*. Oxford: Hart Publishing, 1997. 154 p.
4. Постанова Касаційного цивільного суду у складі Верховного Суду від 16.05.2018 р. Справа № 449/1154/14. URL: <https://verdictum.ligazakon.net/document/74536892> (дата звернення: 29.04.2024).
5. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 27.06.2014 р. Офіційний вісник. 2014. № 75. Т. 1. Ст. 2125.
6. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market. *Official Journal L 149*, 22.
7. Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning misleading and comparative advertising (codified version). *Official Journal L 376*, 21.
8. Directive (EU) 2016/943 of the European Parliament and of the Council of 8 June 2016 on the protection of undisclosed know-how and business information (trade secrets) against their unlawful acquisition, use and disclosure. *Official Journal L 157*, 1.
9. Viken M. *The Borderline Between Legitimate and Unfair Copying of Products – A Unified Scandinavian Approach? International Review of Intellectual Property and Competition Law*. 2020. P. 1033–1061.

-
10. Henning-Bodewig F. *Die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in den EU-Mitgliedstaaten: eine Bestandsaufnahme. Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht — International.* 2010. P. 273–287.
 11. Senftleben M. *Protection against unfair competition in the European Union: from divergent national approaches to harmonized rules on search result rankings, influencers and greenwashing.* *Journal of Intellectual Property Law & Practice.* 2024. Vol. 19, No. 2 P. 149–161.
 12. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України.* 1996. № 36. Ст. 164.
 13. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року. *Зібрання чинних міжнародних договорів України.* 1990. № 1. Ст. 320.
 14. Бакалінська О. О. *Правове забезпечення захисту від недобросовісної конкуренції.* *Право України.* 2021. № 11. С. 115–127.
 15. *Науково-практичний коментар до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».* *Науково-практичне видання / Г. О. Андрощук, Т. Б. Бондарев, Н. А. Іваницька, С. В. Шкляр.* Київ: Юридична газета, 2013. 176 с.
 16. *Google France and Google, para 90; CJEU, 25 March 2010, case C-278/08, BergSpechte/Trekking.at.*
 17. Смирнова К. «Клаузула про конкуренцію» в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС. *Вісник Львівського університету. Серія Міжнародні відносини.* 2015. Вип. 36. С. 35–49.
 18. *Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules (Text with EEA relevance).* PE/83/2019/REV/1 OJ L 328, 18.12.2019, p. 7–28.
 19. *Breakfast foods: Parliament adopts new rules to improve consumer information.* URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240408IPR20310/breakfast-foods-parliament-adopts-new-rules-to-improve-consumer-information> (дата звернення: 15.07.2024).
 20. *Commission welcomes political agreement on clearer labelling and improved composition of honey, fruit juices, jams and milk.* *European Commission Press release.* Brussels, 31 January 2024.

Olga Bakalinska

Doctor of Legal Sciences/Dr. Habil. (Law), Professor, Senior Researcher at the Industrial Property Department of the Intellectual Property Scientific Research Institute of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine

The influence of European integration on the development of the concept of fair competition in Ukraine

Bona fide and fair competition is a form for implementation of the fairness principle in the economic activity. Fair competition in the modern economic turnover allows taking into account and coordinating diverse interests of market participants, consumers, and the state, as well as achieving a necessary compromise in their implementation. Providing the legal framework for free and easy implementation of fair competition is one of the leading directions in the state legal policy implementation.

Fair competition is the embodiment of certain moral, ethical and socio-historical ideas about good and evil in economic activity, which defines the boundaries of permissible behaviour, including competition. Thus, fair competition is the embodiment of

moral and ethical ideals of good and justice, and the implementation of the rule of law principle in economic (competitive) legal relations.

The study of the problems of legal regulation of fair competition gives us the opportunity to assert that in Ukraine, repeated attempts by legislators and representatives of the Antimonopoly Committee of Ukraine to formulate more or less defined rules of fair competition have not been successful. The rules of professional ethics developed by entrepreneurs in cooperation with chambers of commerce and industry and approved by the Antimonopoly Committee of Ukraine, recommendations of advisory bodies and international non-governmental organizations and unions, and judgments of the European Court of Human Rights remain an effective mechanism for implementing the principles of good faith of participants in competitive competition.

The key to effective development of economic relations in Ukraine is the gradual integration of Ukraine's economic system into the global economic world, which is possible only through the unification and harmonisation of the current legislation within the framework of regional and universal trade agreements. For Ukraine, as a candidate country for EU accession, it is important to finalise the implementation of European legislation into the legal system of Ukraine, to decide on the conceptual framework for the protection of trade secrets and the model of unification of European law affecting the development of competition in certain markets at the national level.

Keywords: fair competition, fairness, economic activity

*Рекомендовано відділом промислової власності і комерціалізації об'єктів
інтелектуальної власності НДІ інтелектуальної власності
(протокол № 5 від 21.05.2024 р.)*

Подано / Submitted: 22.05.2024

Доопрацьовано / Revised: 10.07.2024

Прийнято до публікації / Accepted: 15.07.2024