

УДК 346.54

**Олександр Безух,**

кандидат юридичних наук,

старший науковий співробітник відділу правових проблем підприємництва  
НДІ приватного права і підприємництва НАПрН України

## ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО СТАТУСУ СУБ'ЄКТІВ ВІДНОСИН У СФЕРІ ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

*У статті досліджуються особливості правового статусу учасників відносин економічної конкуренції.*

**Ключові слова:** економічна конкуренція, суб'єкти відносин економічної конкуренції, захист економічної конкуренції.

Стаття 3 Закону України «Про захист економічної конкуренції» визначає осіб у відносинах економічної конкуренції, які підлягають регулюванню. Вивчення їх правового статусу надасть можливість здійснити оцінку сутності правовідносин у зв'язку з економічною конкуренцією.

Сьогодні під суб'єктом частіше розуміють носія предметно-практичної діяльності, джерела активності, що спрямована на певний об'єкт. Відповідно, об'єкт — це певне явище, предмет, що кореспондується, притаманний суб'єкту в його практичній і пізнавальній діяльності.

На думку С. Е. Жилінського, суб'єкт права — дуже широка категорія правознавства. До неї входять всі учасники суспільних відносин, які згідно з чинним законодавством здатні бути носіями прав і обов'язків. Загальна правосуб'єктність конкретизується відповідно до галузей права, кожна з яких має власний «набір» галузевих суб'єктів права [1].

Захист економічної конкуренції є правовідносинами, які виникають між суб'єктами права внаслідок правопорушень або попередження правопорушень у сфері конкуренції. Правовідносини — це, насамперед, зв'язок між суб'єктами, які мають суб'єктивні права і юридичні обов'язки. Таким чином, суб'єкти правовідносин у сфері захисту економічної конкуренції — це особи, які мають взаємні права та обов'язки у зв'язку з економічною конкуренцією.

На ринку присутні держава, її органи, суб'єкти господарювання та споживачі. Оскільки правовідносини щодо конкуренції виникають у соціальному середовищі, це обов'язково передбачає включення до учасників відносин різноманітних соціальних суб'єктів і інститутів. Це суспільство у цілому, держава та її органи.

Унаслідок порушень економічної конкуренції може бути завдана шкода суспільним інтересам стосовно економічної конкуренції, конкурентам або споживачам, саме держава відіграє особливу роль серед суб'єктів здійснення захисту економічної конкуренції та сприяння її добросовісності.

Держава виступає і як регулятор економічних відносин, який встановлює правила і механізми правового регулювання конкуренції, здійснює охорону конкурентних відносин, і як суб'єкт господарювання, який є часткою економічного механізму здійснення та регулювання конкуренції, що свідчить про її подвійну роль у здійсненні конкурентних відносин.

З одного боку, держава виступає гарантом здійснення вільної конкуренції і захисту економічної конкуренції як конституційної основи правового господарського порядку в Україні, підстави забезпечення стабільності економічної системи суспільства і добробуту народу. Це вимагає від неї державного регулювання суспільних відносин з метою забезпечення одночасно публічних інтересів, захисту приватних інтересів

суб'єктів господарювання і споживачів, власних суб'єктивних інтересів.

З іншого боку, держава через уповноважені державні органи і підприємства бере безпосередню участь у здійсненні господарської діяльності, тобто конкурентних правовідносин.

Економічний суб'єкт та діюча особа економічного процесу та економічної конкуренції — це, переважно, підприємець. Сьогодні в законодавстві України відсутня дефініція «підприємець», незважаючи на те, що це є центральна фігура господарських відносин.

Європейське господарське право виходить з поняття «підприємство», яким вважається будь-яке утворення, що здійснює господарську діяльність. Відповідно до функціонального визначення підприємства, наданого судом Європейських співтовариств, під підприємством розуміється будь-який суб'єкт, що здійснює економічну діяльність, незалежно від його правової форми та способу фінансування. Держави та їх органи, установи також можуть бути підприємствами, якщо вони діють не для реалізації владних повноважень. Державні органи є підприємствами в тому випадку, коли діяльність не відрізняється від діяльності інших підприємств, навіть коли відповідно до національного права вказана діяльність здійснюється не в приватноправовій, а в публічно-правовій формі [2].

Поняття «підприємства» закріплено в статтях 62, 63 ГК України. Але поширеної ролі та значення ця дефініція не набула, оскільки найпоширенішими організаційно-правовими формами суб'єктів господарювання є підприємницькі товариства, діяльність яких врегульована у гл. 8 ЦК України. Необхідно зазначити, що економічний результат господарської діяльності, в тому числі економічної конкуренції, фактично не залежить від організаційно-правової форми суб'єкта господарювання та визначається функціональністю такого суб'єкта господарювання, його спроможністю задовольнити інтереси споживачів, отримати прибуток та перемогти в конкурентній боротьбі.

В Україні, як правило, використовується поняття суб'єкта господарювання. Статус суб'єкта господарювання визначається не юридичною формою, зокре-

ма юридичної чи фізичної особи, а тим, що суб'єкт відносин безпосередньо здійснює господарську діяльність як діяльність у сфері суспільного виробництва, пов'язану з економічними, екологічними та іншими соціальними факторами, які складають добробут суспільства. Тому поняття суб'єкта господарювання та необхідність захисту його прав з боку держави отримало безпосереднє закріплення у ст. 13 Конституції України.

Відповідно до ст. 8 ГК України держава та органи влади не є суб'єктами господарювання. Разом із тим, укладаючи державний контракт щодо державного замовлення, як це зазначено у п. 2 ст. 13 ГК України, держава вступає в господарські відносини та бере на себе господарські зобов'язання. Безпосередня участь держави у господарській діяльності на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що визначений законами України, передбачена п. 3 ст. 8 ГК України.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» суб'єктами господарювання визнаються також органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також органи адміністративно-господарського управління та контролю в частині їх діяльності з виробництва, реалізації, придбання товарів чи іншої господарської діяльності.

З точки зору підприємця право повинне створити умови для оптимального і ефективного використання факторів виробництва з метою отримання відповідної частки ринку і прибутку, що надає правовим відносинам, що виникають, та правовим нормам певні юридичні властивості.

Підприємству протистоїть споживач як економічний суб'єкт. Особливістю законодавства про захист економічної конкуренції є декларування захисту прав споживача, хоча сама особа споживача, його права цим законодавством не визначені. Споживач прямо не бере участі в конкуренції, але його вибір є потужним важелем регулювання ринкових відносин і конкуренції. В той самий час споживачі, котрим так само, як і господарюючим суб'єктам, у результаті порушень в економічній конкуренції завдається шкода, внаслідок свого слабого економічного стану потребу-

ють додаткового захисту. Тому в нових законодавчих актах зарубіжного права споживач практично прирівняний до конкуруючих суб'єктів за обсягом наданих їм прав у сфері захисту від недобросовісної конкуренції [3].

Функція споживача як учасника відносин економічної конкуренції та господарських відносин, ніяким чином не обмежується його можливим статусом — фізичної чи юридичної особи, суб'єкта господарювання або негосподарюючого суб'єкта, його організаційно-правовою формою.

Визнання споживача як учасника господарських відносин у ст. 2 Господарського кодексу України надає підстави для ствердження про необхідність прирівнювання споживача до конкуруючих суб'єктів за обсягом наданих їм прав і у сфері антимонопольного регулювання. В українській правовій літературі також висловлюється думка, що законодавство про припинення недобросовісної конкуренції має за основну мету захист споживачів, а не конкуруючих сторін [4]. Питання місця споживача в антимонопольній практиці не досліджувалося.

У європейському праві захист прав споживача сформувався з економічної точки зору як реакція на збій ринкових процесів, який здійснюється внаслідок інформаційної асиметрії у відносинах підприємця і споживача. Така асиметрія усувається адміністративними органами інституціонального контролю якості продукції, імперативними приписами суб'єктам господарювання щодо надання вичерпної інформації і певного оформлення відносин із клієнтами та застосування державного примусу щодо правопорушників [5].

Підтримуючи захист прав споживачів як мету законодавства про захист економічної конкуренції, слід підкреслити її декларативний характер. Головна мета — це захист суспільних відносин щодо здійснення вільної конкуренції, які встановлені державою, і господарюючих суб'єктів у конкурентних відносинах. Разом із тим, ставлення до результатів діяльності суб'єктів господарювання з боку споживача, який надає перевагу продукції певних виробників та визначає їх місце на ринку шляхом придбання продукції того

чи іншого виробника, є мірою оцінки суспільних та економічних відносин у конкуренції. Така оцінка впливає, з одного боку, на можливий обсяг реалізації продукції, прибутки суб'єкта господарювання, його конкурентоспроможність на ринку, частку на ринку, можливість визначати умови обороту товарів на ринку, з іншого — на положення самого споживача, на якого можуть впливати нечесними способами тощо.

В Україні права споживачів визначені окремим спеціальним Законом України «Про захист прав споживачів», який має спільну мету із законами України «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист економічної конкуренції» щодо здійснення захисту споживачів, але не пов'язаний з відносинами конкуруючих господарюючих суб'єктів.

У Законі України «Про захист прав споживачів» надано визначення поняття «споживача» — це фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Цей термін стосується конкретного закону, але чомусь поняття споживача безпідставно стали розповсюджувати загалом, маючи на увазі тільки фізичних осіб, відсікаючи їх від суб'єктів господарювання та господарських відносин, що проявилось і в некритичному запозиченні змісту цього терміна у ст. 39 ГК України, де фігурують як споживачі тільки громадяни. Таке визначення споживача не може відповідати критерію споживання, тому що юридичні особи також придбавають товари (роботи, послуги) для власних, у тому числі побутових потреб.

Також у літературі загальноживимим є визначення, що «споживач» — це особа чи організація, що використовує, споживає (те саме, що покупець) якусь продукцію для задоволення яких-небудь потреб [6]. Іноземне законодавство визначає поняття «споживач» як звичайні комерційні або ділові кола. Тому щодо товарів повсякденного споживання правомірною є практика Патентних судів Німеччини, які розглядають всіх споживачів як споживачів узагалі [7].

Стаття 2 Закону України «Про за-

хист прав споживачів» встановлює перелік прав споживачів, переважна більшість з яких має публічний характер, оскільки вони забезпечуються державою незалежно від волі споживача. Суб'єкти господарювання також мають подібний перелік прав та інтересів, які підлягають захисту. Перелік прав споживачів не можна вважати вичерпним.

Відповідно до ст. 5 Закону України «Про захист прав споживачів» державний захист прав громадян як споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, інші органи. Важливу роль у захисті споживачів виконує Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів, яка є центральним органом виконавчої влади. Основним її завданням є реалізація державної політики у сферах: а) державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу в цій сфері; б) державного ринкового нагляду; в) державного нагляду за додержанням технічних регламентів.

Необхідно звернути увагу саме на завдання ринкового нагляду та реалізації політики щодо додержання технічних стандартів, оскільки вони не тільки безпосередньо впливають на права споживачів, а фактично визначають умови обороту товарів на ринку та господарської діяльності.

Відповідно до ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари (роботи, послуги), що забезпечує можливість їх компетентного вибору.

Ця інформація повинна доводитися до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у технічній документації, що додається до товарів (наслідків робіт, послуг), на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів (робіт, послуг) або в окремих сферах обслуговування. Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні забезпечуватись інформацією щодо місця їх походження. Невиконання цих вимог не тільки порушує права споживачів, а й надає переваги конкурентам тих осіб, продукція яких у випадку спотворення певними суб'єктами

господарювання інформації щодо товарів не буде придбана, тобто змінюються умови обороту товарів на ринку.

У країнах ЄС асоціації споживачів, наприклад, вважають, що неправомірне використання товарного знака, що є актом недобросовісної конкуренції, не можна розглядати тільки як юридичну проблему власника знака. Ці неправомірні дії зачіпають інтереси споживачів та повинні підпадати під дію законодавства проти омани [8].

Існує певна проблема і у визначенні особи споживача як учасника господарських відносин. Враховуючи, що відповідно до п. 4 ст. 3 ГК України сферу господарських відносин складають господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські відносини, споживач не може бути їх учасником, як це визначено у ст. 2 ГК України.

З одного боку, нібито «визнається», що права споживача мають цивільний характер та відповідають принципам приватного права. З іншого боку, фігура споживача в цілому, а його права зокрема, ніяким чином не визначені у ЦК України, хоча споживачі вступають у договірні, майнові і немайнові правовідносини. Суб'єкт господарювання не може відмовити певному споживачу в укладенні договору, навіть коли він з будь-яких міркувань не має волі на укладення договору. З іншого боку, споживач, що вільно на власний розсуд підписує договір, зазнає неправомірний вплив з боку підприємців, що створює дефект волі. Це свідчить про іншу якість правовідносин, незважаючи на те, що відносини залишаються договірними.

Аналіз положень ст. 179 ГК України свідчить, що господарсько-договірні зобов'язання також можуть виникнути тільки між суб'єктами господарювання або між суб'єктами господарювання і негосподарюючими суб'єктами — юридичними особами. Це виключає можливість виникнення господарсько-майнових зобов'язань між суб'єктами господарювання і споживачами — фізичними особами. Знову ГК України виключив фізичних осіб з кола учасників господарських відносин.

Законодавство щодо захисту економічної конкуренції не уточнює озна-

ки особи споживача. За звичайною діловою практикою споживачами виступають як фізичні, так і юридичні особи. Невипадково Антимонопольний комітет України у розпорядженні від 05.03.2002 р. № 49-р визначив, що споживач — юридична чи фізична особа, яка здійснює діяльність із придбання та використання товарів, послуг, робіт на відповідному товарному (товарних) ринку (ринках). Тобто головною ознакою споживача як учасника певних відносин є функціональна — придбання та використання товарів.

Незважаючи на те, що суб'єкт господарювання укладає договір продажу товарів із фізичною особою, він усе одне здійснює саме господарську діяльність у розумінні ст. 3 ГК України і у нього повинні виникати господарсько-майнові зобов'язання, хоча це і не узгоджується із ст. 179 ГК України. Неприпустимо, коли для тотожних договірних відносин застосовуються різні принципи правового регулювання.

Аналіз прав споживачів надає можливість зробити висновок про, насамперед, їх соціальну спрямованість, що обумовлено, з одного боку, економічною слабкістю, незахищеністю споживача порівняно із потужними суб'єктами господарювання, з іншого боку, важливою роллю споживача у забезпеченні результатів господарської діяльності та конкуренції, стабільності економіки у цілому, оскільки придбаваючи товар у певного суб'єкта господарювання споживач надає йому перевагу, забезпечує реалізацію його господарської мети та визначає його місце на ринку.

При цьому для продавця — суб'єкта господарювання не існує різниці, хто придбаває та використовує товар: фізична чи юридична особа. Основною його метою є отримання прибутку, розширення виробництва та ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності та, врешті-решт, — ринкової влади.

Споживачу також немає різниці, хто продає товар, оскільки його турбують, у першу чергу, споживчі якості товару, який отриманий за певні кошти. Невиправдовування цих очікувань (велика ціна, низька якість, відсутність певних споживчих властивостей тощо) може призводити до стану введення споживачів в оману, викривлення дії закону

попиту та пропозиції товарів на ринку, неможливості випуску кінцевої продукції відповідної якості, збитків суб'єкта господарювання, соціальної напруги.

Враховуючи величезну соціальну та економічну значимість взаємодії продавців та споживачів, у тому числі щодо наслідків господарської діяльності, суб'єкти господарювання при здійсненні господарської діяльності отримують імперативні приписи держави щодо власної поведінки у цих правовідносинах, а споживачі — додаткові права для власного захисту.

Статтю 19 Закону України «Про захист прав споживача» введено поняття нечесної підприємницької практики, як: 1) вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції; 2) будь-яка діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною.

У Законі розкритий зміст та форми нечесної підприємницької практики, встановлена заборона на її здійснення та фактично врегульована діяльність суб'єктів господарювання у сфері господарювання.

Як зазначено у рішенні Конституційного Суду України від 10.11.2011 р. у справі № 1-26/2011, положення Закону України «Про захист прав споживача» спрямовані на захист прав споживачів та збалансування цих прав з іншими суспільними цінностями, що захищаються публічною владою. Такою суспільною цінністю є існування економічної конкуренції як складової господарського правопорядку, який передбачає збалансування ринкових процесів та відносин.

З цього приводу впливає ще одна функція споживача — він є тим ланцюгом (юридичним фактом), що зв'язує всіх суб'єктів господарювання, що конкурують між собою, оскільки внаслідок укладення ним договорів із суб'єктами господарювання, які реалізують свою господарську компетенцію, створюється публічний господарський зв'язок між ними, перетворюючи суб'єктів господарювання на конкурентів.

*Таким чином, споживач (фізична або юридична особа), вступаючи в приватний господарський зв'язок (господарські правовідносини) із суб'єктом господарювання з приводу придбання*

товару створює публічно-господарський зв'язок між суб'єктами господарювання на певному ринку, перетворюючи їх на конкурентів, та з органами влади і адміністративно-господар-

ського управління, що забезпечують (гарантують) існування та захист економічної конкуренції, як складової господарського правопорядку.

### ПРИМІТКИ

1. Жилинский С. Э. Правовые основы предпринимательской деятельности / С. Э. Жилинский. — М. : НОРМА-ИНФРА, 1998. — С. 108.
2. Основы германского и международного экономического права : учеб. пособ. / Х. Й. Шмидт-Тренц, Ю. Плате, М. Пашке [и др.]. — СПб. : Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та ; Изд-во юридического факультета СПбГУ, 2007. — С. 645.
3. Тотьев К. Ю. Конкуренция и монополии. Правовые аспекты регулирования : учеб. пособ. / К. Ю. Тотьев. — М. : Юрист, 1996. — С. 111.
4. Охрана промышленной собственности в Украине / под ред. А. Д. Святоцкого, В. Л. Петрова. — К. : Ін Юре, 1999. — С. 38.
5. Штобер Р. Хозяйственно-административное право / Р. Штобер ; пер. с нем. — М. : Волтерс Клувер, 2008. — С. 35.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови. — К. : ВТФ «Перун», 2004. — С. 1176.
7. Beir F.-K., Knaak R. The protection of direct and indirect geographical indications of source in Germany and the European Community // I I C. — 1994. — V. 25. — № 1. — P. 9.
8. Самойлович М. В. Правовые и практические аспекты вводящей в заблуждение рекламы в странах ЕС / М. В. Самойлович // Патентный дайджест. — 1994. — № 11—12. — С. 3.

**Безух Александр. Особенности правового статуса субъектов отношений в сфере защиты экономической конкуренции.**

*В статье исследуются особенности правового статуса участников отношений экономической конкуренции.*

**Ключевые слова:** экономическая конкуренция, субъекты отношений экономической конкуренции, защита экономической конкуренции.

**Bezuh Olexander. Features of the legal status of the subjects of relations in the sphere of protection of economic competition.**

*The features of legal status of participants of relations of economic competition are probed in the article.*

**Key words:** economic competition, subjects of relations of economic competition, defence of economic competition.