

## Содержание:

image not found or type unknown



## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях важна борьба с недобросовестной конкуренцией, которая приобрела разнообразные формы из-за отсутствия законов, требующихся для регулирования конкуренции. Распространение методов недобросовестной конкуренции подрывает основы экономики и способствует внедрению в отношения между хозяйствующими субъектами не рыночных методов борьбы.

Следовательно, эффективная защита от недобросовестной конкуренции — основа для работы рыночной экономики, что одновременно требует обобщения опыта борьбы с недобросовестной конкуренцией и навыков применения такой борьбы.

Цель данной работы: изучить сущность недобросовестной конкуренции и систему мер по защите от нее.

Задачи данной работы:

дать определение понятию «несовершенная конкуренция»;

рассмотреть формы несовершенной конкуренции;

показать какие существуют методы добросовестной и недобросовестной конкуренции;

изучить виды несовершенной конкуренции;

определить цель несовершенной конкуренции;

рассмотреть основные черты несовершенной конкуренции;

изучить способы защиты от недобросовестных конкурентных действий;

дать краткую характеристику каждому из способов защиты от недобросовестных конкурентных действий.

# НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ

Конкуренция в переводе с латинского языка значит "сталкиваться" и означает борьбу между товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта продукции. Конкуренция выполняет роль регулятора темпов и объемов производства, побуждая при этом производителя внедрять научно-технические достижения, повышать производительность труда, совершенствовать технологию, организацию труда и т.д.

Конкуренция является определяющим фактором упорядочения цен, стимулом инновационных процессов (внедрение в производство нововведений: новых идей, изобретений). Она способствует вытеснению из производства неэффективных предприятий, рациональному использованию ресурсов, предотвращает диктат производителей (монополистов) по отношению к потребителю.

Конкуренцию можно условно разделить на добросовестную конкуренцию и недобросовестную конкуренцию.

Основными методами добросовестной конкуренции являются:

- повышение качества продукции
- снижение цен ("война цен")
- реклама
- развитие до- и послепродажного обслуживания
- создание новых товаров и услуг с использованием достижений НТР и т.д.

Но наряду с методами добросовестной конкуренцией существуют и другие, менее законные методы ведения конкурентной борьбы:

Основными методами являются:

- экономический (промышленный шпионаж)
- подделка продукции конкурентов

- подкуп и шантаж
- обман потребителей
- махинации с деловой отчетностью
- валютные махинации
- сокрытие дефектов и т.д.

К этому можно также добавить и научно-технический шпионаж, т.к. любая научно-техническая разработка только тогда является источником прибыли, когда она находит применение в практике, т.е. когда научно-технические идеи воплощаются на производстве в виде конкретных товаров или новых технологий.

**Недобросовестная конкуренция** — нарушение общепринятых правил и норм конкуренции. При этом нарушаются законы и неписаные правила.

Ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ "О защите конкуренции" трактует это понятие как: любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

**Формы** недобросовестной конкуренции установлены ст. 14 указанного выше закона. Это

распространение ложных, неточных или искажённых сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;

введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества товара;

некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов;

продажа товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического

лица, индивидуализации продукции, выполнения работ, услуг;

получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации, в том числе коммерческой тайны, без согласия ее владельца.

Во многих странах официально запрещён демпинг, тайный сговор на торгах и создание тайных картелей, ложная информация и реклама и другие методы недобросовестной конкуренции.

В России существует специфический термин «административный ресурс», часто используемый в конкурентной борьбе. Под этим обычно понимается нарушение государственными должностными лицами своих полномочий, то есть коррупция.

Также к недобросовестной конкуренции часто относят так называемый vendor lock-in, то есть практику, при которой поставщик каких-либо продуктов или сервисов создаёт потребителю препятствия к смене поставщика или взаимодействию с продуктами других поставщиков. К ответственности поставщиков, использующих эту практику привлекают нечасто. Один из известных случаев — судебный процесс Еврокомиссии против корпорации Microsoft.

Спектр деятельности, которую можно назвать нечестной, очень широк. Парижская конвенция определяет как недобросовестную конкуренцию **следующие три ее вида:**

все действия, ведущие к тому, что потребитель может принять предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность данной фирмы за предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

ложные заявления в ходе коммерческой деятельности, дискредитирующие предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

использование в ходе коммерческой деятельности указаний или обозначений, которые вводят потребителя в заблуждение относительно природы, способа изготовления, характеристик, пригодности для определенных целей или количества товаров.

Еще 12 видов деятельности определяются как недобросовестная конкуренция в комментарии к Типовому закону по товарным знакам, фирменным наименованиям и актам недобросовестной конкуренции для развивающихся стран. Это следующие виды:

- 1) подкуп покупателей конкурентов, направленный на то, чтобы привлечь их в качестве клиентов и сохранить на будущее их признательность;
- 2) выяснение производственных или коммерческих тайн конкурента путем шпионажа или подкупа его служащих;
- 3) неправомерное использование или раскрытие ноу-хау конкурента;
- 4) побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву их контрактов с нанимателем;
- 5) угроза конкурентам исками о нарушении патентов или товарных знаков, если это делается недобросовестно и с целью противодействия конкуренции в сфере торговли;
- 6) бойкотирование торговли другой фирмы для противодействия или недопущения конкуренции;
- 7) демпинг, т.е. продажа своих товаров ниже стоимости с намерением противодействовать конкуренции или подавить ее;
- 8) создание впечатления, что потребителю предоставляется возможность покупки на необычайно выгодных условиях, когда на самом деле этого нет;
- 9) намеренное копирование товаров, услуг, рекламы или других аспектов коммерческой деятельности конкурента;
- 10) поощрение нарушений контрактов, заключенных конкурентами;
- 11) выпуск рекламы, в которой проводится сравнение с товарами или услугами конкурентов;
- 12) нарушение правовых положений, не имеющих прямого отношения к конкуренции, когда такое нарушение позволяет добиться неоправданного преимущества перед конкурентами.

Традиционно выделяют две модели регулирования рыночной конкуренцией: американскую и европейскую. В американской модели законодательство, направленное на запрет монополий, включает ряд норм о недобросовестной конкуренции. В европейской модели законодательство, обеспечивающее контроль над монополиями и направленное на борьбу со злоупотреблениями монополистического характера, сосуществует с законодательством о

недобросовестной конкуренции.

Для России правовое регулирование недобросовестной конкуренции является достаточно новым. Поскольку проблема не была разработана, каждый понимал под понятием недобросовестной конкуренции что-то индивидуальное и свое. Первые законодательные определения недобросовестной конкуренции в России содержались в Законе РСФСР от 24.12.1990 № 443-1 «О собственности в РСФСР» (п. 9 ст. 2) и в действовавших на территории РФ Основах гражданского законодательства Союза ССР и республик (п. 3 ст. 5).

Понятие недобросовестной конкуренции появилось в законодательстве Российской Федерации после принятия Закона РСФСР от 22.03.1991 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». В ст. 10 Закона устанавливался запрет на недобросовестную конкуренцию, содержание которой раскрывалось через примерный перечень форм недобросовестной конкуренции.

С принятием Конституции Российской Федерации в 1993 г. запрещение недобросовестной конкуренции получило закрепление на конституционном уровне. Статья 8 Конституции закрепляет свободу экономической деятельности, а в силу п. 2 ст. 34 Конституции РФ не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.

**Цель** недобросовестной конкуренции — остановить конкурента, помешать ему получить преимущество запрещенными методами или точнее, почти запрещенными, так как законом часто не упоминаются, не перечисляются многие методы обеспечения превосходства.

К основным **чертам** недобросовестной конкуренции (поведения предпринимателей) следует относить стремление добиться успеха в соперничестве не за счет своих собственных достижений, а путем незаконного использования либо результатов деятельности конкурента, либо каких-либо мер воздействия, как непосредственно на фирму-конкурента, так и на окружающую среду, чаще всего ложными или вводящими в заблуждение утверждениями.

## **СПОСОБЫ ПРЕСЕЧЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

При избрании способа защиты от недобросовестных конкурентных действий хозяйствующему субъекту желательно тщательно анализировать (самостоятельно или с привлечением специалистов), с какой целью и каким образом осуществляются те или иные действия, можно ли применить меры их административного пресечения или следует обратиться в суд и т.п.

Говоря об административных способах защиты, следует отметить, что пресечение недобросовестной конкуренции относится к одной из основных задач федерального антимонопольного органа, которым является Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России). Осуществление защиты прав хозяйствующих субъектов от недобросовестной конкуренции в МАП России производится в соответствии с Правилами рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства, утвержденными Приказом МАП России от 25.07.96 N 91.

## **1. Предписание антимонопольного органа.**

Предписание представляет собой правообразующий юридический факт и является обязательным для исполнения письменным требованием антимонопольного органа. Он направлен на возникновение, изменение или прекращение правоотношений в сфере применения антимонопольного законодательства и защиту прав предпринимателей. С помощью предписаний выполняются задачи и реализуются функции антимонопольного ведомства (ст. 11 Закона о конкуренции на товарных рынках, ст. 22 Закона о конкуренции на финансовых рынках).

Основанием для рассмотрения дел в антимонопольных органах могут являться представления прокурора либо заявления коммерческих или некоммерческих организаций, федеральных и региональных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления. Заявление, содержащее сведения о конкретных действиях хозяйствующих субъектов, подается в антимонопольный орган с приложением документов, свидетельствующих о фактах недобросовестной конкуренции.

## **2. Контрреклама.**

Это особое правовое средство, которое антимонопольный орган вправе применить для того, чтобы пресечь недобросовестную конкуренцию, осуществляемую с использованием рекламы. Данная мера в соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе состоит в опровержении ненадлежащей рекламы, которое распространяется в целях ликвидации вызванных ею последствий.

Публично-правовая обязанность предпринимателя-нарушителя осуществить контррекламу возникает в случае установления факта нарушения законодательства РФ о рекламе. Срок исполнения устанавливается антимонопольным органом, вынесшим решение об осуществлении контррекламы, причем согласно пункту 1 статьи 29 Закона о рекламе расходы по контррекламе ложатся на нарушителя в полном объеме.

Если контрреклама не была осуществлена в установленный срок, то федеральный антимонопольный орган, принявший решение о проведении контррекламы, вправе принять решение о полном или частичном приостановлении рекламы нарушителя до дня завершения распространения им контррекламы. При этом орган, принявший такое решение, обязан незамедлительно поставить об этом в известность все стороны договоров с нарушителем на производство, размещение и распространение его рекламы.

Теперь рассмотрим каким образом должна осуществляться контрреклама. Во-первых, контрреклама должна осуществляться посредством того же средства распространения, что и опровергаемая ненадлежащая реклама; во-вторых, с использованием тех же характеристик продолжительности, пространства, места и порядка, что и опровергаемая реклама.

Содержание такой контррекламы в обязательном порядке согласовывается с антимонопольным органом, принявшим решение. Надо сказать, что допускаются случаи, когда по решению федерального антимонопольного органа (территориального управления) происходит замена средства распространения, характеристик продолжительности, пространства, места и порядка осуществления контррекламы. Но законодатель не указывает критерии, по которым бы определялись такие случаи. По мнению К. Ю. Тотьева, такая неопределенность создает почву для бюрократического произвола.

### **3. Отзыв товара от потребителя.**

Недобросовестная конкуренция может причинить вред не только предпринимателям-конкурентам, но и потребителям. В таких случаях применяются средства, предусмотренные законодательством о защите прав потребителей.

В соответствии с пунктом 5 статьи 7 Закона о защите прав потребителей изготовитель (исполнитель, продавец) обязан незамедлительно приостановить производство (реализацию), а в необходимых случаях принять меры по изъятию из оборота и отзыву от потребителя товара. Если установлено, что при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения и транспортировки товара (работы) он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, окружающей среде. Даже если причины вреда установить невозможно, изготовитель (исполнитель) обязан снять такой товар (работу, услугу) с производства. При невыполнении изготовителем (исполнителем) обязанности снять товар (работы, услуги) с производства, изъятие из оборота и отзыв от потребителей производятся по предписанию соответствующего федерального органа исполнительной власти, осуществляющего контроль за качеством и безопасностью товаров, работ, услуг. Убытки, причиненные потребителю в связи с таким отзывом, возмещаются за счет изготовителя, исполнителя в полном объеме.

## **4. Недействительность сделок.**

Все сделки должны соответствовать императивным требованиям законодательства о конкуренции и монополиях. Но так как на практике это происходит не всегда, встает вопрос об особом гражданско-правовом последствии незаконных сделок – их недействительности.

Согласно п.1 ст. 166 ГК РФ в зависимости от состава юридических фактов выделяют два вида недействительных сделок: оспоримые ( сделки становятся недействительными по решению суда), ничтожные (решение суда не входит в состав юридических фактов, влекущих недействительность сделки).

В качестве ничтожных сделок следует считать договоры, заключаемые хозяйствующими субъектами, действующими на рынке одного товара. Такие договоры запрещены п. 1 ст. 6 Закона о конкуренции, как могущие повлечь негативные последствия для конкуренции.

Оспоримыми являются сделки, совершенные с нарушением порядка, установленного в ст. 18 Закона о конкуренции. Они могут быть признаны

недействительными в судебном порядке по иску антимонопольного органа, если они приводят к ограничению конкуренции.

## **5. Признание недействительным акта государственного органа или органа местного самоуправления.**

Применение данного последствия в законодательстве о конкуренции и монополиях вызвано тем, что запрещающие и обязывающие нормы в этом законодательстве адресованы федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов РФ, органам местного самоуправления и иным органам (организациям), наделенным функциями или правами органов власти.

Основная правовая форма их деятельности издание нормативных и ненормативных актов. Антимонопольный орган наделен правом обращаться в суд или арбитражный суд с заявлением о признании недействительными полностью или частично противоречащих законодательству о конкуренции и монополиях актов властных органов.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Понятие недобросовестной конкуренции, которое закреплено в законодательстве содержит большое количество квалифицирующих признаков, которые делают его не только сложным для понимания, но и затрудняют его применение на практике.

Помимо таких способов пресечения недобросовестной конкуренции как предписание антимонопольного органа, контрреклама, отзыв товара от потребителя, недействительность сделок, признание недействительным акта государственного органа или органа местного самоуправления для повышения эффективности указанных способов при применении на практике необходимо постоянное взаимодействие государственных органов, занимающихся проблемами недобросовестной конкуренции, защиты интеллектуальной собственности, таможенных и иных органов между собой.

Требуется гласное обсуждение проблем добросовестности в бизнесе и обобщение практики пресечения недобросовестной конкуренции - как федеральным антимонопольным органом, так и судебными органами, торгово-промышленными палатами и т.п.

Таким образом, сочетание государственного контроля и контроля самих хозяйствующих субъектов за добросовестным осуществлением конкуренции в целом при осуществлении предпринимательской деятельности также могло бы оказаться весьма эффективным.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

Горев В.П., Сергеев С.В. Экономическая теория. - Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2000. - 252 с.;

Гукасян Л.Е. Пути совершенствования отечественного законодательства по защите от недобросовестной конкуренции // Экономика и законодательство. 2004. №5;

Еременко В.А. Особенности пресечения недобросовестной конкуренции в РФ // Адвокат. 2000. №7;

Иохин В.Я. Экономическая теория: введение в рынок и микроэкономический анализ. - М.: ИНФРА - М, 2000. - 348 с.;

Тикин В.С. Конкуренция всегда недобросовестная / Вопросы теории. 2008. №2;

Шишкин А.Ф. Экономическая теория. - М.: Гуманитарный издат. центр ВЛАДОС, 2003. - 478 с.