

Содержание:

Image not found or type unknown



Введение

Основным механизмом нынешней рыночной системы считается конкуренция. Конкуренция происходит между товаропроизводителями, которые борются за более выгодные условия производства и сбыт продукции. Конкуренция выступает в роли регулятора темпов и размеров производства, побуждая при этом производителя вводить научно-технические достижения, повышать производительность труда, совершенствовать технологию, организацию работы и т.д. Конкуренция, т.е. "конкуренция между поставщиками товаров и услуг в борьбе за часть рынка" - один из главных характеристик свободного предпринимательства. Сражение идет за место на рынке, за вовлечение и сохранение собственных клиентов (потребителей товаров и услуг). Как и в любой борьбе, в конкуренции акцентируются методы, не нарушающие установленных норм и основ конкуренции, и методы, которые бесспорно порицаются и зачастую вступают в противоречие с законами страны. Подобным образом, экономисты начали выделять добросовестную и недобросовестную конкурентную борьбу. Главным же отличием недобросовестной конкуренции от добросовестной считается то, что она не способствует, и даже вредит финансовому росту в любой области экономики. Если говорить не о терминологии, а о самом явлении недобросовестной конкуренции в её различных видах и проявлениях, то возможно сказать, что ее возникновение относится к наиболее ранним этапам истории человеческого общества. Вместе с формированием экономических отношений методы недобросовестной конкуренции непрерывно улучшались, становясь все более тонкими и изощренными. В современных условиях значима борьба с недобросовестной конкуренцией, что приобрела различные формы из-за отсутствия законов, требующихся для регулирования конкуренции. Распространение методов недобросовестной конкуренции подрывает основные принципы экономики и способствует введению в отношения между хозяйствующими субъектами не рыночных способов борьбы. Недобросовестной конкуренцией на товарных рынках считаются направленные на получение преимуществ в предпринимательской деятельности воздействия хозяйствующих

субъектов, которые противоречат законодательству, традициям делового оборота, условиям добропорядочности, разумности и справедливости и могут причинить либо причинили убытки конкурентам или причинить ущерб их деловой репутации. При недобросовестной конкуренции возможно причинение материального вреда в виде потерь, которые могут выражаться в потере либо уменьшении прибыли за счет незаконных действий. Субъектами недобросовестной конкуренции могут быть субъекты предпринимательства, не признаются ими аппараты государственной власти, аппараты местного самоуправления и их должностные лица. Субъектами защиты от этого преступления считаются конкуренты. Подводя итог сказанного, следует отметить, что недобросовестная конкуренция считается одной из наиболее важных вопросов в деятельности большинства средних и крупных фирм. Объектом данного реферата является недобросовестная конкуренция. Предметом выступают правоотношения, возникающие между конкурентами в недобросовестной конкуренции. Целью данного реферата является рассмотрение недобросовестной конкуренции в целом. На ряду, с поставленной целью, можно выделить следующие задачи: дать характеристику понятию недобросовестной конкуренции; изучить формы и виды недобросовестной конкуренции; рассмотреть методы борьбы с недобросовестной конкуренцией; проанализировать ответственность за недобросовестную конкуренцию;

Общая характеристика недобросовестной конкуренции

Юридическая литература до нашего периода времени не выработала определенного понятия недобросовестной конкуренции. Легально определение недобросовестной конкуренции зафиксировано в ст.4 Федерального закона "О защите конкуренции". В п.9 данной статьи недобросовестную конкуренцию подтверждают всевозможные действия хозяйствующих субъектов (категории лиц), которые направлены на получение выгоды при исполнении предпринимательской деятельности, противоречащие законодательству Российской Федерации, обычаям делового выражения, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Причинили или могут причинить убытки иным хозяйствующим субъектам - конкурентам или нанесли либо могут нанести вред их деловой репутации. В данной общей норме предоставляется определение недобросовестной конкуренции с применением таких определений, как "обычай делового оборота", "справедливость", "разумность", "добропорядочность". Так как

значения отмеченных определений достаточно расплывчаты, то и определение бесчестной конкуренции как действий, противоречащих "обычаям делового оборота", "разумности" и т.д., не определяет четких общепризнанных норм поведения. Эти нормы в конкуренции есть не что иное, как отображение социологических, экономических и морально-этических принципов общества, которые могут отличаться друг от друга не только лишь в разных государствах, но порой и внутри одной страны. С целью нивелирования терминологических проблем при квалификации действия хозяйствующего субъекта как действия недобросовестной конкуренции нужны три условия: Действия субъекта обязаны противоречить условиям действующего законодательства, добропорядочности, разумности и справедливости, обычаям делового выражения; Отмеченные действия обязаны иметь негативные результаты для компании - конкурентов в виде причинения убытков либо нанесения ущерба их деловой репутации; Должна присутствовать направленность на получение преимуществ в предпринимательской деятельности, при этом аргументировать стремление к получению данных преимуществ необязательно. Отсутствие доказательств хотя бы одного из этих обстоятельств не дает возможность определять действия субъекта как недобросовестную конкуренцию. Обстоятельства возникновения недобросовестной конкуренции как одного из видов конкуренции кроются в психологических особенностях человека. Тут встает проблема о том, на что готов пойти человек для достижения своих целей, способен ли он нарушить закон и, соответственно, нормы морали общества, в котором он живет. Появление и существование недобросовестной и добросовестной конкуренции вопрос такой же, как и появление добра и зла, того, что мы именуем хорошо и плохо, "черного" и "белого". Подводя итог вышесказанного, недобросовестная конкуренция является соперничеством за что - то либо ограниченное или наилучшее, что происходит не в соответствии этическим нормам, обычаям и законам. Причины появления недобросовестной конкуренции заложены в психических свойствах человека. Анализ законодательного определения дает возможность раскрыть следующие признаки недобросовестной конкуренции: Недобросовестная конкуренция, в отличие от монополистической деятельности, может реализоваться только активными поступками; возможность пассивного действия в виде бездействия не предусмотрена. Действия рассматриваются как преступления, если они противоречат не только лишь положениям действующего законодательства, но и традициям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости. Субъектами недобросовестной конкуренции являются российские и заграничные организации, которые занимаются предпринимательской

деятельностью, а так же индивидуальные предприниматели. Главная задача действующих субъектов недобросовестной конкуренции считается приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности. В следствии действий конкурентам могут быть причинены убытки либо причинен ущерб их деловой репутации. При этом законодатель допускает, что довольно лишь возможной угрозы причинения убытков либо нанесения ущерба деловой репутации для квалификации этого правонарушения как недобросовестной конкуренции. Так же целесообразно рассмотреть методы недобросовестной конкуренции. Методы недобросовестной конкуренции весьма неоднородны и многолики в своих проявлениях, они используются повсюду, где имеется возможность каким-либо образом непосредственно либо косвенно влиять на конкурента, установить последнего в трудное положение посредством дезорганизации его производства либо лишения клиентуры. В связи с этим классификация методов недобросовестной конкуренции несколько затруднена, её приходится реализовывать по довольно широким направлениям. Рассмотрим подробнее: проведение целенаправленной ценовой политики, сосредоточенной на устранение конкурентов с рынка (демпинг); применение методов, сопряженных с прямой либо косвенной дезинформацией конкурентов и покупателей. К данному направлению возможно относить все формы ведения дел под чужим именем - использование чужих брендов и логотипов, а кроме того изготовление собственной продукции под чужими товарными знаками; дискредитация (диффамация) конкурентов, размещение о них позорящих данных в рекламе, в глобальной сети либо другим методом с целью опорочить определенных лиц либо их продукты; хищение умственного имущества (программного провианта, несоблюдение авторских прав на печатную продукцию, видеоматериал - и аудиопродукцию, изобретения и т.д.) в форме промышленного шпионажа либо в другой иной форме с целью уменьшения своих потерь и наиболее эффективной конкурентной борьбы; формальный и неформальный сговор либо договоренность, соединение соперничающих лиц против третьих лиц, либо против покупателей; специфические способы бесчестной конкурентной борьбы, сопряженные с акционерным делом и биржевой торговлей, битвой за контрольный пакет акций конкурирующей корпорации; бойкот либо побуждение к бойкоту товаров конкурентов; лишение конкурентов рынков сырья либо сбыта товаров; Применение в экономических отношениях асимметричной информации - инсайдерская торговля. Другим зачастую применяемым методом недобросовестной конкуренции считается демпинг (в переводе с английского - сбрасывание, бросовый экспорт). Как правило, если говорят о демпинге, имеют в виду экспортно-импортные операции, если иностранные производители стараются

захватить новые рынки сбыта за счет более низких цен на свою продукцию по сравнению с имеющимися. Но это только одно из течений демпинговой политики. Спектр операций, осуществляемых на основании демпинга, значительно обширнее, при этом используется демпинг в конкурентной борьбе как на внешнем, так и во внутреннем рынке. В государствах экономическое развитие обладает своей спецификой, следовательно, законы, которые принимаются о недобросовестной конкуренции основываются на обще конституционных принципах и принципах гражданского кодекса. Закон о недобросовестной конкуренции относится к классическим случаям использования знаков и фирменных наименований. Он предназначается добавлением к другим специальным законам, защищающим промышленную собственность, если может обеспечить средство охраны в случаях, не предусмотренных этими законами. В любом случае, не разрешая нечестную практику в торговле, закон о недобросовестной конкуренции способен гарантировать охрану даже в таком случае, если другие разделы закона о промышленной собственности ее не гарантируют. Что считать нечестным либо недобросовестным, в большой степени находится в зависимости от экономических и социальных реалий в данное время и в данном месте. Поэтому нужно, чтобы закон о недобросовестной конкуренции был приспособлен к меняющимся обстоятельствам. Данный указ обязан устанавливать жесткие правовые рамки и совместно с тем быть довольно гибким в плане формирования и использования мер, которые, будучи соответствующими конкретным и регулярно меняющимся социальным и экономическим обстоятельствам в данной стране, могут служить эффективным орудием борьбы с теми или другими видами нечестной торговой практики.

Формы недобросовестной конкуренции

Недобросовестная конкуренция предполагает собою всевозможные направленные на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности действия хозяйствующих субъектов, которые противоречат закону, условиям добросовестности и разумности и могут нанести либо причинили убытки иным хозяйствующим субъектам - конкурентам или причинить ущерб их деловой репутации.

Формы недобросовестной конкуренции: все действия, способные вызвать смещение в отношении хозяйствующих субъектов, товаров либо предпринимательской работы конкурентов, в том числе: противозаконное использование хозяйствующим

субъектом не принадлежащего ему фирменного наименования, товарного знака (знака обслуживания), наименования места происхождения товара на товарах, их упаковке, на вывесках, при демонстрации экспонатов на выставках и ярмарках, в рекламных использованные материалах, печатных изданиях и другой документации; введение в гражданский оборот товаров с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации участников гражданского оборота либо их товаров; противозаконное копирование внешнего вида товара иного хозяйствующего субъекта, за исключением ситуации, когда копирование продукта или его частей (узлов, деталей) обуславливается исключительно их техническим применением; введение в гражданский оборот товаров другого хозяйствующего субъекта с использованием собственных средств индивидуализации товара, в случае если другое не учтено договором, заключенным между хозяйствующими субъектами; 2) утверждения при исполнении предпринимательской деятельности, способные дискредитировать хозяйствующий субъект, товары либо предпринимательскую деятельность конкурента, в том числе в результате: распространения хозяйствующим субъектом напрямую либо через иных лиц в средствах массовой информации, рекламных и других изданиях, через любые электронные средства массовой информации и другими способами ложных, неопределённых, искаженных сведений о предпринимательской деятельности, экономическом состоянии. научно-технических и производственных возможностях, товарах конкурента; распространения хозяйствующим субъектом напрямую или посредством иных лиц в любой форме и разными способами заявлений, которые включают информацию, порочащую деловую репутацию хозяйствующего субъекта или его учредителя (участника, собственника имущества) либо работника, и могут подорвать доверие к хозяйствующему субъекту как производителю товаров; 3) указания либо принятия при исполнении предпринимательской деятельности, которые могут ввести в заблуждение относительно характера, качеств, метода и места производства, пригодности к применению либо числа товаров конкурента, в том числе осуществляемые посредством некорректного сравнения изготавливаемого хозяйствующим субъектом товара с товаром конкурента посредством распространения хозяйствующим типом в любой форме и разными способами сведений, включающих ложные либо неточные сопоставительные характеристики личного товара и продукта конкурента, способные оказать влияние на свободу выбора покупателя при приобретении товаров либо заключении сделки;) воздействия, противоречащие условиям законодательства о конкурентной борьбе, при исполнении предпринимательской деятельности, в том числе: призывы,

обращения к иным хозяйствующим субъектам, другие действия либо угроза действием со стороны хозяйствующего субъекта напрямую или через иных лиц в целях бойкотирования либо препятствования предпринимательской деятельности конкурента, действующего на данном рынке либо стремящегося в него вступить; распространение хозяйствующим субъектом в любой форме и любыми методами ложных заявлений и сведений о собственном товаре в целях сокрытия несоответствия его своему назначению либо предъявляемым к нему условиям в отношении качества, потребительских и других качеств; действия хозяйствующего субъекта напрямую либо через иных лиц, направленные на противодействие формированию деловых связей соперника, на их нарушение либо расторжение, в том числе в целях вступления в деловые отношения с его деловым партнером; воздействия хозяйствующего субъекта непосредственно либо через иных лиц, нацеленные на внутреннюю дезорганизацию предпринимательской деятельности конкурента и (либо) его делового партнера, в том числе на приобретение, применение, разглашение, склонение к разглашению информации, составляющей коммерческую тайну конкурента, без его согласия, или обеспечение работникам конкурента разных имущественных и других благ с целью склонения этих работников к невыполнению трудовых обязательств или переходу на предполагающую такие блага работу.

Виды недобросовестной конкуренции

Существует несколько видов недобросовестной конкуренции. Рассмотрим подробнее: смешение между деятельностью (товарами, работами, услугами) конкурентов (паразитирование) - реализация, обмен либо другое введение в оборот товара с незаконным использованием итогов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, исполнения работ, услуг. Правообладателями этих объектов считаются: обладатели патентов на изобретение, промышленный образец, селекционное достижение; владельцы свидетельств о регистрации товарного знака, символа обслуживания, названия мест происхождения товара, нужной модели; владельцы фирменных наименований, которые не требуют отдельной регистрации и извлечения специального охранного документа; обоснованные пользователи объектов промышленной собственности на основе соглашения с правообладателем, кроме названия места происхождения товара, владельцу которого не разрешено выдавать на него лицензии третьим лицам; 2) дискредитация соперника и его деятельности (товаров, работ, услуг), целью

которой считается приобретение эффекта в экономическом соперничестве за счет дискредитации конкурента перед потребителями и предпринимателями. Дискредитация подразделяется на: а) непосредственную, т.е. распространение ложных, неточных либо искаженных данных, которые готовы причинить убытки иному хозяйствующему субъекту либо финансовой организации или нанести ущерб их деловой репутации; б) косвенную, т.е. некорректное сопоставление хозяйствующим субъектом либо финансовой системой изготавливаемых, либо реализуемых им товаров (услуг) с продуктами (предложениями) иных хозяйствующих субъектов (финансовых учреждений); в) нарушение работы конкурента - получение, применение, разглашение информации, составляющей коммерческую и должностную тайну и оберегаемую законом тайну и др. недобросовестная конкуренция уголовная ответственность

Методы борьбы с недобросовестной конкуренцией

Противодействие недобросовестной конкуренции выступает в области задач предоставления защиты предприятия в целом. Для ее решения нужно применение комплекса мер законного, экономического, организационного, инженерно-технического и социально-психологического характера: исполнение задач по противодействию всем типам шпионажа; предупреждения переманивания работников предприятия, имеющих какую-либо секретную информацию; всестороннего исследования деловых партнеров и конкурентов; своевременного раскрытия и соответственно реагирования на дезинформационные события; разработки и улучшения правовых действий предприятия, нацеленных на предоставление его защиты; реализации мер по охране коммерческих и других данных; реализации мер по охране интеллектуальной собственности; выявления отрицательных наклонностей из числа персонала предприятия, информирования о них руководства предприятия и разработки соответствующих рекомендаций; организации взаимодействия с правоохранительными и контрольными органами в целях предотвращения и подавления преступлений, направленных против интересов предприятия; возмещения вещественного и морального вреда, нанесенного предприятию в следствии неправомерных действий организаций и единичных физических лиц. Для противодействия шпионажу нужно целиком защитить все значимые объекты от возможности перехвата, либо хищения важных данных. Для избегания шпионажа необходимо обеспечить охрану от прослушивания помещений, охрану технических средств обработки данных и охрану коммуникаций. Комплекс мер по охране помещений

содержит в себе: осуществление поиска шпионской аппаратуры; наличие специально подготовленного помещения с защитой от прослушивания; Объектом интереса могут быть технические средства, с поддержкой которых обрабатывается и находится деловая, служебная и коммерческая информация. Охрана технических средств обработки информации может проводиться по таким направлениям как: выявление, предотвращение и существенное снижение излучающих сигналов посредством доработки самих технических средств; экранировка средств обработки данных и помещений, в которых они применяются; использование специальных генераторов радиопомех для маскировки (покрытия) побочных излучений. Информация, составляющая коммерческую тайну, может находиться не только в разговорах, проходящих в кабинетах либо в документах, которые обрабатываются средствами оргтехники и компьютеров. Значимым атрибутом деятельности каждого типа коммерческих объектов считается связь - телефонная, телексная, специализированная компьютерная, радиосвязь и т.п. Соперники могут попытаться контролировать каналы связи объекта, при этом их станут интересовать не только лишь наружные каналы, но и внутренняя связь, согласно которой циркулирует служебная информация самого различного происхождения. В целях охраны связи внутри объекта не рекомендовано применение радиофицированных телефонных аппаратов. Несмотря на их видимые удобства, переговоры по радиоканалу могут быть достоянием посторонних лиц либо даже злоумышленников, имеющих соответствующую радиоприемную технику. Всестороннее изучение деловых партнёров нужно для предотвращения вероятных действий конкурентов, итогом действий которых может быть ложь, срыв сроков либо разрыв договоров с деловыми партнёрами. Исследование конкурентов же на первый взгляд не кажется необходимым, однако, только владея информацией о возможных источниках проблем, становится допустимым и их эффективное решение. Разработки и улучшения правовых актов предприятия направлены на осуществление его безопасности. Наличие установленного внутреннего распорядка и правил (например, концепция пропусков на территорию предприятия, принципы устранения служебной документации и т.д.) готовы помочь в обеспечении охраны секретной информации. Комплекс мер по охране коммерческой и другой информации включает в себя не только лишь защиту от шпионажа, но и точное распределение уровня "посвященности" в секреты предприятия разных сотрудников в пределах необходимых для их обычной работы. Комплекс мер по охране интеллектуальной собственности включает в себя тщательное сохранение в секрете всех тайн "ноу-хау" производства, и их патентирование в случае необходимости.

Ответственность за недобросовестную конкуренцию

Следует выделить три ответственности за недобросовестную конкуренцию: гражданская, административная и уголовная. Рассмотрим подробнее. В основу гражданско-правовой ответственности за совершение актов недобросовестной конкуренции положен принцип генерального деликта, выраженный в п.1 ст.1064 ГК РФ, согласно которому вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред. Применение принципа генерального деликта в отношении гражданско-правовой ответственности за недобросовестные конкурентные действия обусловлено общей формулой недобросовестной конкуренции, предполагающей противоправность указанных действий и нанесение вреда, причиненного совершением акта недобросовестной конкуренции. Поручение на хозяйствующего субъекта, осуществившего акт недобросовестной конкуренции, обязанности возместить причиненный иному хозяйствующему субъекту ущерб и будет выступать общей мерой гражданско-правовой ответственности, которая обязана применяться не в силу самого факта причинения ущерба, а исходя из общих условий гражданско-правовой ответственности за нанесенный ущерб. Такими условиями будут выступать: наличие вины в поведении того, кто нанес вред; противоправность поведения того, кто нанес вред; наличие причинной связи между противоправным поведением и вредом. Вина человека нанесшего вред, под которой обычно понимают психическое отношение правонарушителя к совершенному им действию и его последствиям, резюмируется. Это следует из правила, закрепленного в п.2 ст.1064 ГК РФ, согласно которому лицо, причинившее вред, освобождается от возмещения вреда, если докажет, что вред причинен не по его вине. Более того, законом может быть предусмотрено возмещение вреда и при отсутствии вины причинившего вреда. В соответствии с Российским законодательством, конкуренты, использующие в своих поступках недобросовестные способы, подлежат административному наказанию. К недобросовестному способу ведения дел, возможно, отнести: самовольное дублирование внешнего типа товара или самого товара конкурента, незаконное использование его имени, распространение неверных сведений либо данных, порочащих репутацию конкурирующего предпринимателя. Административно-правовые санкции, касающиеся противоправных конкурентных действий, установлены нормами ст.14.33 КоАП.

Согласно ч.1 указанной статьи недобросовестная конкуренция, за исключением случаев нарушения законодательства о рекламе и случаев недобросовестной конкуренции, выразившейся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 12 тыс. до 20 тыс. руб.; на юридических лиц - от 100 тыс. до 500 тыс. руб. Уголовная ответственность относится к одному из видов юридической ответственности и является по своему содержанию и последствиям наиболее строгим из них. Уголовная ответственность возлагается только за совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного уголовным законодательством. Другие виды юридической ответственности могут наступать как за совершение правонарушений, содержащих состав преступления, так и за совершение иных проступков. Под уголовной ответственностью понимают "основанное на уголовно-правовых нормах осуждение государством общественно опасного виновного деяния и лица, его совершившего, выраженное в приговоре суда и сопряженное с наказанием или иными мерами уголовно-правового воздействия". Уголовная ответственность носит личный характер, т.е. возлагается на виновное в совершении преступления физическое лицо. В соответствии со ст.8 УК РФ основанием уголовной ответственности является совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного УК РФ. Таким образом, единственным и достаточным основанием уголовной ответственности является наличие в совершенном деянии состава преступления. Законодатель не раскрывает само понятие состава преступления, однако в уголовно-правовой доктрине под ним понимают, как правило, совокупность установленных уголовным законом объективных и субъективных признаков, определяющих общественно опасное деяние как преступление. Объективные признаки характеризуют объект и объективную сторону, а субъективные - субъект и субъективную сторону преступления. Уголовное законодательство РФ установило ряд норм, в соответствии с которыми деяния, совершенные в сфере конкурентных и связанных с ними отношений, признаются уголовно наказуемыми. Указанные нормы сформулированы в ст.178, 180 и 183, а также в ст.146 и 147 УК РФ. При этом закрепленные в указанных статьях диспозиции уголовно-правовых норм, содержащие описание признаков юридически значимого поведения, лишь опосредованно касаются недобросовестной конкуренции как таковой. Так, согласно ч.1 ст.178 УК РФ недопущение, ограничение или устранение конкуренции путем установления или поддержания монопольно высоких или монопольно низких

цен, раздела рынка, ограничения доступа на рынок, устранения с него других субъектов экономической деятельности, установления или поддержания единых цен, если эти деяния повлекли причинение крупного ущерба, наказываются штрафом в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 месяцев, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет. При этом к числу способов совершения данного преступления относится, в частности, ограничение доступа на рынок или устранение с него других субъектов экономической деятельности в качестве продавцов определенных товаров или их покупателей, которое может носить физический (действия в отношении имущества, личности), психологический (психическое воздействие на потерпевшего) и информационной характер (распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб деловой репутации; введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его изготовителей).

Заключение

Конкуренция в переводе с латинского языка означает "сталкиваться" и значит борьбу между товаропроизводителями за более интересные условия производства и сбыта продукции. Конкуренция осуществляет роль регулятора темпов и объемов изготовления, побуждая при этом производителя внедрять научно-технические достижения, увеличивать производительность труда, совершенствовать технологию, организацию труда и т.д. Существует два вида конкуренции: добросовестная и недобросовестная. В данном реферате мы рассматриваем недобросовестную конкуренцию. Недобросовестная конкуренция - это грубое нарушение общепринятых норм и правил конкуренции. Целью недобросовестной конкуренции является приостановление конкурента, воспрепятствование получить преимущество запрещенными способами, либо точнее сказать, практически запрещенными, так как законодательством часто не упоминаются, то есть не перечисляются многие способы обеспечения превосходства. К главным чертам недобросовестной конкуренции (действия предпринимателей) необходимо относить стремление достичь успеха в соперничестве не за счет своих достижений, а путем незаконного применения или итогов работы конкурента, или каких-либо

мер воздействия, как непосредственно на фирму-конкурента, так и на окружающую среду, чаще всего ошибочными либо вводящими в заблуждение утверждениями. Понятие недобросовестной конкуренции, что закреплено в законодательстве включает огромное число квалифицирующих свойств, которые воспринимают его не только трудным для представления, однако и затрудняют его использование на практике. Помимо таких способов пресечения недобросовестной конкуренции как указание антимонопольного органа, 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.), отзыв товара от покупателя, недействительность сделок, признание недействительным акта правительственного органа или органа местного самоуправления для

увеличения эффективности указанных способов при использовании на практике необходимо непрерывное взаимодействие государственных органов, занимающихся проблемами недобросовестной конкуренции, защиты интеллектуальной собственности, таможенных и других органов между собою. Таким образом, сочетание государственного контроля и контроля самих хозяйствующих субъектов за добросовестным осуществлением конкурентной борьбы в целом при исполнении предпринимательской работы также могло бы оказаться крайне результативным.

Так же хотелось бы добавить, что существует три вида ответственности за недобросовестную конкуренцию. Это гражданско-правовая ответственность, административная и уголовная.

Список источников и литературы:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.06.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2015) п.1 ст.1065
2. "Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 13.07.2015, с изм. от 16.07.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.07.2015)
3. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 05.10.2015). Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 13.07.2015) "О защите конкуренции"
4. Алексеева Д.Г. Российское предпринимательское право / Д.Г. Алексеева, Л.В. Андреева, В.К. Андреев. - Учебник - 2010. - 1072 с.
5. Городов О.А. Понятие и общая характеристика недобросовестной конкуренции. /О.А. Городов // Современная конкуренция, 2009. - №6., - С.14-24
6. Гукасян Л.Е. Пути совершенствования отечественного законодательства по защите от недобросовестной конкуренции / Л. Е, Гукасян // Экономика и законодательство, 2004., - №5., - С.21
7. Дубовец И.В. Курс лекций по предмету "Хозяйственное право" / И.В. Дубовец, - Витебск: ВФ УО ФПБ "МИТСО", 2009. - 500 с. .

8. Еременко В.А. Особенности пресечения недобросовестной конкуренции в РФ / В.А. Еременко // Адвокат. 2000., - №7., - С.16
9. Круглова, Н.Ю. Хозяйственное право: учеб. пособие / Н.Ю. Круглова. - 5-е изд., перераб и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 885 с.
10. Кудинов О.А. Предпринимательское (хозяйственное) право: Учебное пособие / О.А. Кудинов. , - Дашков и К., 2013., - 268 с.
11. Лаптева В.В. Предпринимательское (хозяйственное) право. Под ред. В.В. Лаптева, С.С. Занковского., - М.: Волтерс Клувер., 2006. - 560 с.