

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Юридический институт
Кафедра предпринимательского, конкурентного и финансового права

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

_____ И. В. Шишко

подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

ДИСКРЕДИТАЦИЯ И ДЕЗОРГАНИЗАЦИЯ КАК ФОРМЫ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

40.03.01. Юриспруденция

Научный руководитель _____ ст. преподаватель А. С. Кочелорова
подпись, дата должность, ученая степень, инициалы, фамилия

Выпускник _____ Е. В. Шевченко
подпись, дата инициалы, фамилия

Консультант: _____ д.ю.н., профессор И.А.Шишко
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Антимонопольное регулирование в России и зарубежных странах.....	6
1.1 Зарождение и становление антимонопольного регулирования в Российской Федерации.....	6
1.2 Сравнительный анализ антимонопольного регулирования в Российской Федерации, Соединенных штатах Америки и Европейском союзе.....	18
Глава 2. Антиконтурентные действия в форме дискредитации и дезорганизации.....	31
2.1 Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции и ее виды.....	31
2.2 Дезорганизация и способы ее проявления.....	51
2.3 Методы борьбы с дискредитацией и дезорганизацией.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	73

ВВЕДЕНИЕ

Такое негативно влияющее на экономику явление, как недобросовестная конкуренция, существует во всех странах, и Россия не является исключением. В связи с этим должна быть четко выработана государственная политика в области экономики, которая будет направлена не только на предупреждение и борьбу с недобросовестной конкуренцией, но и на создание условий для развития добросовестной конкуренции, а также ее поддержку. Но прежде необходимо законодательное закрепление того, какие действия хозяйствующих субъектов следует признавать недобросовестной конкуренцией, и какая санкция последует в адрес нарушителя за совершение указанных в законе антиконкурентных действий.

Осознавая наличие проблемных вопросов в сфере недобросовестной конкуренции, законодатель давно вынашивал идею модернизировать антимонопольное законодательство. В связи с этим весной 2014 года ФАС Росси была представлена для оценки концепция новой главы Закона о защите конкуренции, которая была разработана с опорой на практику ведения проконкурентной политики в зарубежных странах, в том числе в Германии. Помимо этого, учитывались судебная практика и опыт работы антимонопольной службы по применению ст. 14 Закона о защите конкуренции¹.

В концепции большое внимание уделяется закреплению в законе детальных запретов на различные по своей сущности недобросовестные действия субъектов экономики, а также дифференциации и конкретизации составов правонарушений в этой сфере. Эта работа была проведена с целью упрощения понимания запретов субъектами рынка.

По результатам работы ФАС в федеральный закон «О защите конкуренции» были внесены изменения, согласно которым была добавлена глава 2.1 «Недобросовестная конкуренция», которая состоит из ст. 14.1–14.8,

¹ О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

раскрывающих содержание форм недобросовестной конкуренции¹. Дискредитация и дезорганизация как раз и являются такими формами недобросовестной конкуренции.

Таким образом, для оценки потенциального эффекта внесенных изменений необходимо обратиться к конкретным примерам текущей судебной практики. Но перед этим, я считаю необходимым, исследовать каким образом проходило зарождение и становление антимонопольного регулирования в Российской Федерации, Соединённых Штатах Америки и Европейском Союзе, а также провести сравнительный анализ.

Актуальность темы исследования. Отношения на рынке товаров и услуг характеризуются столкновением интересов хозяйствующих субъектов. В данном случае важно, чтобы это соперничество было легальным, а не сводилось к использованию широко распространённых в наше время методов недобросовестной конкуренции, которые стали часто использоваться субъектами предпринимательской деятельности. В связи со сложившейся рыночной ситуацией можно утверждать, что недобросовестная конкуренция – социально-правовое явление.

Степень разработанности темы исследования. Интерес к проблемам, связанным с развитием конкуренции, правового регулирования и правового стимулирования в этой области в современном отечественном правоведении возник относительно недавно. Эту тему исследовали такие правоведы, как Писенко К.А., Рождественская Е.М., Городов О.А., Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. и другие.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является рассмотрение дискредитации и дезорганизации как форм недобросовестной конкуренции.

Для достижения этой цели последовательно решаются следующие задачи:

- отследить каким образом развивалось антимонопольное регулирование в России;

¹ О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

- провести сравнительный анализ антимонопольного регулирования в РФ, США и ЕС;
- сформулировать понятия дискредитации и дезорганизации;
- охарактеризовать современное государственно-правовое регулирование дискредитации и дезорганизации;
- проанализировать проблемы, возникающие при квалификации действия в качестве дискредитации и дезорганизации.

Объект исследования составляют общественные отношения, возникающие в процессе конкуренции.

Предметом исследования выступают дискредитации и дезорганизация как формы недобросовестной конкуренции.

Методологическая основа исследования. Наряду с диалектическим методом, составившим основу исследования, были использованы сравнительно-правовой и системный подходы. Сравнительно-правовой метод использовался для сравнения особенностей системы противодействия недобросовестной конкуренции в России и иных государствах. Системный подход был использован в процессе исследования видов недобросовестной конкуренции, а также при исследовании связей недобросовестной конкуренции и предпринимательства.

ГЛАВА 1. АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

1.1. Зарождение и становление антимонопольного регулирования в РФ

Монополизм в России зародился еще во времена Древней Руси. Об этом упоминает историк В.Д. Перхавко. По его словам, «на городских торгах господствовали крупные торговцы, закупавшие оптовые партии продуктов и сбывавшие их затем в розницу на выгодных для себя условиях. На хлеб и соль цены сильно колебались во время неурожаев и торговых блокад. Когда ощущался острый дефицит тех или иных товаров, рыночные цены определялись не спросом и предложением, а степенью алчности оптовиков-перекупщиков. В период феодальных междоусобиц 1097-1099 гг. в результате установления торговой блокады прекратились поставки соли в Киев. Тогда киевские торговцы, сумевшие заранее создать крупные запасы соли, повысили цену на нее в пять раз»¹. Князь Владимир Мономах обратил внимание на то, что дефицит определенных продуктов питания может привести к повышению их рыночной стоимости в многократном размере, и ввел ограничения в отношении торговцев. Например, он сократил в несколько раз размер ростовщического процента.

В XVII в. на рынке товаров и услуг обострилось соперничество между русскими и иностранными торговцами. Его кульминацией стала челобитная русского купечества, поданная государю в 1627 г., в которой отечественные торговые люди просят минимизировать деятельность зарубежных торговцев на территории Русского государства. Как пишет А.В. Демкин, «русское купечество постоянно обвиняло иноземцев в «заговоре» с целью снизить цены на русские и повысить их на заморские товары, а также в привозе

¹ Писенко К. А. Развитие антимонопольного права: от механизмов противодействия локальным спекулятивным монополиям до современной системы антимонопольного регулирования. М., 2010. С. 25.

контрабандных товаров»¹. Ответная реакция со стороны властей поступила лишь в 1649 г. в виде Именного Указа «О высылке английских купцов из России и о приезде им токмо к Архангельску, за многие несправедливые и вредные их для торговли российской поступки»². В этом правовом акте был закреплён перечень проступков зарубежных купцов, включающий в себя и злоупотребление привилегиями, которые были им предоставлены, и соглашения против отечественных торговцев, ущемляющие их права и ограничивающие конкуренцию, и монополистические действия, за которые следовали санкции в виде запрета продажи товаров на территории Русского государства.

В конце XVII в. властям стало поступать много жалоб на торгашей с обвинением в спекуляции. Товары скупались у фермеров по одной цене, а потом перепродавались намного дороже. В связи с этим появилась необходимость правовой регламентации рыночных отношений с целью защиты прав покупателей и ограничения произвола продавцов. Требовалась выработка умеренной ценовой политики. 15 октября 1660 г. вышел указ, упорядочивающий торговлю хлебом, «коим предписывалось: 1) чтобы крестьяне сами возили хлеб и все съестное к Москве, и чтобы купцы не скупали хлеба по деревням для отвоза; 2) чтобы крестьяне весь запас свой, за исключением необходимого обмолачивали и вывозили на рынок»³. Через год был издан ещё один указ, «предписывавший продавать хлеб мерною ценою, оставляя непомерную прибыль, под страхом опалы и торговой казни. Для кормления всяких чинов людей указ предписывал: а) чтобы митрополиты и власти и дворяне и всяких чинов люди вывозили на рынки для продажи свои хлебные запасы и б) чтобы местные начальства собирали на счёт казны хлеб в житницы, продавали его по указной цене, а бедным давали б в долг»⁴.

14 января 1725 г. в свет вышел Сенатский указ Петра I «О продаже

¹ Демкин А.В. Западноевропейское купечество в России XVII в. М., 1994. С. 132.

² Яковлев В.Ф., Семигин Г.Ю. Экономическое (коммерческое) правосудие в России: Т. 1. М., 2004. С. 167.

³ Там же. С. 168.

⁴ Беляевский Н.Н. Полицейское право. Ю., 1904. С. 168.

съестных припасов во всех городах по умеренным ценам и о воспрещении перекупа, пригоняемого в С. Петербург скота и привозимых окрестными жителям припасов и продуктов»¹.

Первое упоминание термина «монополия» в нормативно-правовом акте появилось в Указе Екатерины II от 18 октября 1784 г. Указ был направлен на снижение рыночной цены на хлеб, который являлся товаром первой необходимости, следовательно, возможность его купить должна быть у всех категорий граждан. «Ежели будут действовать вредные перекупы и монополии, и если для земледельцев не будет отверзт путь произрастения их продавать с надлежащею свободою: для того Комендантам и Городничим по городам, Земским же исправникам по уездам наблюдать, дабы покупка всякого рода хлеба производима была в надлежащем порядке, не дозволяя перекупать оптом для продажи, потом дорогими ценами»². Из этого можно сделать вывод, что на существование спекуляций и монополизма было не только обращено внимание властей, но также и предпринимались попытки для их пресечения, так как они способствовали искусственному повышению цен на рынке и ограничению конкуренции. Как следствие, покупатель не имел права выбора и вынужден был покупать товар у узкого круга продавцов по завышенной цене.

И.Т. Тарасов считает, что после обнаружения такого явления, как монополия, со стороны государства периодически предпринимались меры для устранения препятствий в соперничестве между торговцами и укреплению конкуренции. Перекупщики находились под угрозой смертной казни, так как именно их считали причиной завышенных цен на товары первой необходимости. Но И.Т. Тарасов пишет, что «не всегда дороговизна проистекала лишь от спекулятивных перекупов, стачек и монополий,

¹ Сенатский указ от 14 января 1725 г. «О продаже съестных припасов во всех городах по умеренным ценам и о воспрещении перекупа пригоняемого в С. Петербург скота и привозимых окрестными жителям припасов и продуктов». ПСЗРИ. Собр. 1-е. Т. VII. Кн. 1 (1723-1727). Спб., 1830. С. 192.

² Именной указ, данный Сенату от 18 октября 1784 г. «Об учреждении запасных хлебных магазинов в Выборгской Губернии». ПСЗРИ. Собр. 1-е.Т. XXII (1784–1788). Спб., 1830. С. 38.

существовали и иные причины, для борьбы с которыми нужно было изобретать способы борьбы»¹.

Реформатором М.М. Сперанским была начата разработка Свода Законов Российской Империи 1832 г., целью которой была кодификация уголовного законодательства. В этом документе можно встретить и антимонопольные составы преступлений. Это говорит о том, что действия, ограничивающие конкуренцию, наносили вред не только обществу, но и государству.

Позднее был принят Устав об обеспечении народного продовольствия. В уставе встречаются такие формы антиконкурентных соглашений как сделки, стачки, сговоры. По мнению правоведа А.Н. Трайнина «сговор имеет в виду соглашение между торговцами более длительного и систематического характера и касается как операций по продаже, так и покупке товаров (например, торговцы для повышения цен сговорились в течение определенного времени не делать новых запасов товаров), в то время как стачка предполагает соглашение на конкретный случай и преимущественно для установления однородной продажной цены (торговцы мануфактурного ряда стакнулись не продавать в конце праздника ситец дешевле определенной цены)»².

К середине XIX в. в уголовном законодательстве коррупционные действия классифицировались по субъектному составу: 1) коллективный монополизм, в форме сговора или стачки продавцов товаров, и 2) индивидуальный монополизм, который реализовался одним лицом, имеющим возможность оказывать влияние на рынок и услуг своим авторитетом. Вследствие чего возникала необходимость искать разные способы борьбы с коллективным и индивидуальным монополизмом, так как они имели разную природу возникновения и механизм реализации. В дальнейшем это трансформируется в систему механизмов противодействия картельным соглашениям с одной стороны, и злоупотреблениям доминирующим

¹ Тарасов И.Т. Очерк науки полицейского права. М., 1897. С. 346.

² Трайнин А.Н. Хозяйственные преступления (Текст и комментарий к ст. 126-141 Уголовного кодекса). М., 1923. С. 40.

положением хозяйствующих субъектов или индивидуальному монополизму – с другой.

В XIX в. России ведущими направлениями деятельности по борьбе с господствующим положением некоторых субъектов на рынке была борьба со спекуляциями на рынке, которые на тот момент еще имели местный характер, были не так распространены. Помимо этого осуществлялся контроль за стачниками и усиление санкций по отношению к ним, а также выявление и пресечение соглашений между перекупщиками, которые приобретали товары у производителей по одной цене, а потом перепродавали намного дороже.

К началу XX в. монополизм в стране стремительно набирал обороты, скупщики искусственно повышали цены. Методы и средства борьбы с ними, предпринимаемые государственными органами, не были достаточно эффективными. Хозяйствующие на рынке субъекты изобретали новые способы обхода закона, которые еще не были регламентированы в УК РСФСР. Антимонопольное законодательство в то время было не так разработано, как сейчас. Необходимо было модернизировать антимонопольную политику, ориентируясь на новые формы антиконкурентных соглашений. И.Т. Тарасов следующим образом описывает приемы органов полиции по борьбе с монополизмом в России «Их целью было устранение посредничества между производителями и потребителями, помимо этого развитие конкуренции со стороны правительства в торговле вздорожавшим продуктом. Кроме того, необходимо установить таксу, экспроприацию и принудительные и репрессивные меры по отношению к скупщикам. Запрещается скупка. Производители должны сами везти свои продукты на рынок для продажи, причем торговля может производиться лишь по особым свидетельствам, а продажа на рынке допускается незначительными партиями только потребителям. Практиковалась закупка вздорожавших продуктов, преимущественно хлеба, правительством для продажи их на подрыв скупщикам, при этом цена могла быть ниже рыночной. Земледельцам предписывалось доставлять на рынок все имеющиеся у них хлебные запасы, а

для обеспечения исполнения этого требования производились обыски, и все найденные запасы конфисковывались»¹.

В 1910-х гг. был введен запрет на частные промышленные монополии, они находились исключительно в государственной собственности. Монополии в области торговли под запретом не находились, но спекуляции пресекались для того, чтобы поддерживать приемлемые для покупателей цены на рынке. Для преодоления кризиса в экономической сфере создавались объединения предпринимателей, помимо этого наблюдался подъем экономической концентрации, прикладывались усилия для увеличения объёмов и изобретения новых технологий производства. Это стало следствием появления картелей, которые использовали свое доминирующее положение в целях получения сверхприбыли и уничтожения мелких производителей. В высоко затратных сферах производства, таких как транспортное строительство, тяжёлая и военная промышленность стали появляться огромные союзы предпринимателей под названием синдикаты. В связи с чем появилась необходимость правового регулирования таких крупных объединений². Правительство предпочитало сотрудничать с картелями и синдикатами, которые вели свою деятельность незаконно, так как они обладали достаточным количеством ресурсов для выполнения государственных заказов и подрядов, тем самым пополняя бюджет государства. А.И. Каминка по этому поводу пишет следующее: «органы правительственной власти, хотя и с некоторыми колебаниями, склонялись в сторону признания синдикатских соглашений, не предрешая вопрос о полезности или вредности деятельности каждого отдельного синдиката для государственных интересов. Этим объясняются открытое существование целого ряда чрезвычайно видных синдикатских соглашений, с которые органы правительственной власти вступали в договорные отношения»³. В связи с лояльным отношением правительства к синдикатам, органы уголовного

¹ Тарасов И.Т. Указ. соч. С. 351

² Венедиктов А.В. Картели и синдикаты // Избр. тр. по гражданскому праву: в 2 т. Т. 1. М., 2004. С. 125.

³ Каминка А.И. Основы предпринимательского права. Петроград, 1917. С. 72.

преследования обходили их стороной, а судебная практика по гражданским делам с участием данных субъектов включала в себя всего лишь несколько дел.

Помимо незаконного существования синдикатов и картелей в антимонопольном законодательстве того времени существовало еще несколько пробелов, которые законодателю необходимо было заполнить. Среди них можно выделить следующие:

- отсутствие в законодательстве превентивных мер по борьбе с монополизмом;

- не осуществлялся систематический контроль и мониторинг за функционированием экономических союзов и объединений с целью предупреждения правонарушений и злоупотреблений;

- правовая система не имела гибкости в связи с чем любое предприятие, в направления деятельности которого входили выпуск товаров и нормирование цен, признавались действовавшими в обход закона.

Для борьбы с существующими проблемами правительством были приняты следующие решения:

- установлен запрет на нотариальное заверение картельных соглашений;
- суды стали уполномочены признавать недействительными запрещенные законом соглашения как противоречащие запретам уголовного закона в отношении ценовых сговоров;

- произведена модернизация механизмов уголовной ответственности хозяйствующих субъектов за антиконкурентные действия;

- введены полицейские меры в целях борьбы с искусственной дороговизной.

Для борьбы с существующими проблемами правительством были приняты следующие решения:

- установлен запрет на нотариальное заверение картельных соглашений;
- суды стали уполномочены признавать недействительными запрещенные законом соглашения как противоречащие запретам уголовного закона в отношении ценовых сговоров;

- произведена модернизация механизмов уголовной ответственности хозяйствующих субъектов за антиконкурентные действия;

- введены полицейские меры в целях борьбы с искусственной дороговизной.

А.Н. Трайнин отмечает, что несмотря на все принятые меры, в законодательстве существовали нормы, позволяющие обходить закон и уходить от ответственности, например, «условием применения ст. 242 УК РСФСР является множественность действующих лиц: ст. 1180 карает стачку торговцев и промышленников, ст. 242 – случаи чрезмерного поднятия цен «по соглашению» с другими торговцами или промышленниками. Однако достаточно предпринимательскому соглашению принять форму коммерческого общества, чтобы освободиться от привлечения к ответственности по 1180 или 242 ст.ст.»¹.

8 сентября 1916 г. был принят закон «Об уголовной ответственности торговцев и промышленников за повышение цен на предметы продовольствия или необходимой потребности»². В этом нормативно-правовом акте был расширен перечень субъектов, которые подвергались уголовной ответственности за действия, ограничивающие конкуренцию. Помимо участников картельных соглашений, стачек и сговоров, наказание полагалось и лицам, которые пользуясь своим доминирующим положением и не вступая ни в какие экономические союзы, совершают монополистические действия, приводящие к искусственному росту цен на рынке.

Важную роль в формировании антиконкурентного права сыграл разработанный Министерством торговли и промышленности Законопроект о синдикатах и трестах 1914 г. В законопроекте закреплены административно-правовые средства регулярного контроля за рынками с целью защиты конкуренции, борьбы с монополизмом. Появились превентивные нормы,

¹ Трайнин А. Н. Тресты, картели и уголовный закон // Право. 1908. № 38. С. 32.

² Аверин К.Ю. Законы о новейших налогах, о гражданской и уголовной ответственности торговцев и промышленников и другие законы 1914-1916 с необходимыми разъяснениями, алфавитным указателем, инструкциями и образцами прошений. М, 1916. С. 275.

предупреждающие образование картелей и других незаконных образований, встречается термин синдикат – «временные соглашения, заключаемые союзы или полные слияния нескольких производящих однородные предметы торговых предприятий с целью сбыта означенных предметов по определенной цене»¹. Органом, контролирующим создание предпринимательских образований и их деятельность, согласно законопроекту, является Министерство торговли и промышленности Российской империи. «Министерству торговли должны сообщаться для регистрации все сведения, касающиеся деятельности предпринимательских объединений. Такие как отрасли производства и торговли каждого предприятия, цель объединения, средства его, срок соглашения, коммерческие операции и организация управления»².

С введением в стране в 1921 г. НЭПа и провозглашением командной экономики начала происходить масштабная государственная монополизация всех крупных отраслей промышленности, произошла централизация рынка товаров и услуг, в связи с чем рынок утратил свою свободу практически по всем направлениям, цены устанавливались государственными органами. По этой причине люди начали скупать товары для их последующей перепродажи по завышенным ценам с целью обогащения. Для пресечения массово начавшейся спекуляции в ст. 107 УК РСФСР были внесены изменения, в соответствии с которыми «Злостное повышение цен на товары путем скупки, сокрытия или невыпуска таковых на рынок – лишение свободы на срок до одного года с конфискацией всего или части имущества, или без таковой»³. То есть за занятие спекуляцией грозила уголовная ответственность. Данная статья существовала вплоть до 1990-х гг.

В период окончания НЭПа и до середины 50-х гг. государственный монополизм достиг своего апогея. Все крупные и средние предприятия управлялись из центра, сложился централизованный государственный

¹ Проект закона о синдикатах и трестах 1914 г. // Неофициально опубликован в юридической газете «Право». 1914. № 23. С. 58.

² Там же. С. 60.

³ Уголовный кодекс РСФСР 1926 г. // Собрание узаконений РСФСР. 1926. № 80. Ст. 107.

монополизм. Хозяйствующим субъектом стал экономический центр (система государственных учреждений), а производящим единицам отводились исключительно производственные функции. Путем административного принуждения происходила ускоренная индустриализация и коллективизация.

И.В. Князева считает, что «механизм реализации общенародной собственности складывался в условиях ее огосударствления и перехода к формированию единого хозяйствующего субъекта – государства с монополизацией общественного производства в масштабах страны»¹.

На фоне этого наступает следующий период развития монополизма в России, который характеризуется «децентрализацией властно-хозяйственных отношений административно-хозяйственной экономики и созданием локально-территориальных монопольных структур – совнархозов»². Совнархозы были управленческими органами, распределенными по экономическим районам, в подчинение которым передали предприятия, находившиеся на территории района. По мнению историков, новые органы стали просто многоотраслевыми министерствами со схожими задачами, но только на областном и республиканском уровнях³.

С середины 1960-х гг. усиливается отраслевой подход в управлении предприятиями, упраздняются совнархозы, восстанавливаются центральные промышленные министерства. Начинает формироваться организационная монополия, имеющая ведомственно-бюрократическую форму, которая была создана в целях уменьшения числа объектов управления и объединила одинаковые по профилю и виду деятельности предприятия. Именно тогда начался процесс сращивания интересов партийно-государственной системы, сохранявшей элитарное положение в обществе, и отраслевых ведомств с корпоративными структурами, добивавшимися монопольного положения на рынке. В результате к концу 1970-х гг. ведомственно-отраслевые монополии стали доминировать на своих локальных рынках при полном отсутствии

¹ Князева И.В. Антимонопольная политика в России. М., 2007. С. 104.

² Там же. С. 107.

³ Там же. С. 113.

конкурентов и контроля со стороны общества. Ведомства от лица государства получили распорядительские полномочия, которые использовали для реализации своих узкогрупповых интересов. Монополизм пронизывал все сферы и отрасли советской экономики, все уровни подсистемы организации и управления. Он переплетался с монополией других сфер общественной жизни, ставя личность в подчиненное положение по отношению к административным и хозяйственным иерархиям¹.

В 1980-х гг. правительство, осознавая, что в экономике накопилось много проблем, которые тормозили развитие рыночных отношений и ограничивали конкуренцию, предпринимало меры по ограничению ведомственного монополизма. Но результата не было, так как ведомства активно сопротивлялись. Да и предпринимаемые меры были не кардинальными, они лишь не давали монополизму развиваться дальше, когда необходимо было проводить демонополизацию и либерализацию экономической системы, разнообразить формы собственности, развивать конкуренцию на рынке товаров и услуг. В конце 80-х гг. в экономике начали происходить изменения, которые были необходимы. Произошла демократизация экономики. Государственный монополизм сменился частным.

По мнению И.В. Князевой в 90-х гг., нашу страну захлестнула «волна горизонтальных слияний, создание вертикально интегрированных систем». Началось «перераспределение капитала и собственности», увеличивались темпы концентрации предприятий².

В 1991 г. Появился первый специальный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», в котором были систематизированы нормы конкурентного права. Данный нормативно-правовой акт направлен на защиту конкуренции и создание для нее благоприятной среды посредством предупреждения и пресечения монополизма

¹ Князева И.В. Указ. сочи. С. 120.

² Там же. С. 123

на рынке, также его целью является обеспечение единого экономического пространства в стране.

В 1995 г. был принят Федеральный закон от 17 августа 1991 г. «О естественных монополиях». Его целью является достижение баланса интересов потребителей и субъектов естественных монополий, обеспечивающего доступность реализуемого ими товара для потребителей и эффективное функционирование субъектов естественных монополий.

18 июля 1995 г. был принят закон «О рекламе». В 1999 г. «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». На основании данных законов свои функции начал осуществлять единый государственный контролирующий орган – Федеральная антимонопольная служба России и ее территориальные подразделения.

Систематизировав имеющиеся правовые акты, регулирующие антиконкурентную деятельность, в 2006 г. был принят Федеральный закон «О защите конкуренции», который действует на территории Российской Федерации и сейчас. Предметом защиты данного закона является конкуренция, независимо от того в какой сфере она существует, в сфере административных отношений или гражданско-правовых.

Таким образом, в России, как и во всех других странах, с появлением рыночных отношений появилась и недобросовестная конкуренция, которая глубоко засела в сфере предпринимательства и торговли. Случилось это по причине того, что количество хозяйствующих субъектов постоянно растёт, и все хотят добиться лидирующего положения в своей сфере деятельности и иметь стабильный высокий доход. Но в связи с тем, что конкуренция велика, не все могут и хотят добиваться успеха легальным и добросовестным путем.

История нашей страны включает в себя и массовый произвол перекупщиков и стачников, и внезапное появление картелей и синдикатов, и другие негативные для конкуренции явления.

Осознавая масштаб проблемы и ставя перед собой цель в виде защиты конкуренции, а также прав хозяйствующих субъектов и потребителей,

законодатель, начиная со времен Древней Руси постоянно разрабатывает новые эффективные меры по борьбе с недобросовестной конкуренцией. В первую очередь это делается посредством принятия нормативно правовых актов, регламентирующих общественные отношения в сфере конкуренции. Если на начальном этапе сменяющие друг друга главы государства издавали указы, пресекающие недобросовестную конкуренцию, то в дальнейшем стали появляться специальные законы, целью которых являлась защита конкуренции. Результатом законотворческой деятельности стал Федеральный закон «О защите конкуренции» принятый в 2006 г.

1.2 Сравнительный анализ антимонопольного регулирования в Российской Федерации, Соединенных штатах Америки и Европейском союзе

Правовой базой конкурентной политики США являются три закона Clayton Antitrust Act 1914 (Закон Клейтона), Sherman Antitrust Act of 1890 (Закон Шермана), Federal Trade Commission Act 1914 (Закон о Федеральной торговой комиссии).

На практике антимонопольное регулирование осуществляется с использованием прецедентного права.

В основу Sherman Antitrust Act of 1890 заложен запрет на совершение сделок и заключение соглашений, которые ограничивают торговлю на внутреннем рынке, не позволяют развиваться конкуренции, и являются экономически неэффективными. Это способствует тому, что возможность монополизации национальных отраслей отсутствует. Также, согласно закону, власти США имеют право налагать аресты на импортируемые товары иностранных картелей и вводить санкции в виде запрета продажи товаров к зарубежным компаниям, которые наносят вред конкуренции и потребителям в США. Мерой ответственности за нарушение указанного правового акта является штраф до 100 млн долларов, помимо этого руководителей

организаций, занимающихся недобросовестной конкуренцией, могут лишиться свободы на срок до трех лет¹.

Система мер Clayton Antitrust Act 1914 предусматривает расширенное толкование практики слияний и поглощений, оказывающих негативное влияние на развитие конкурентно-рыночного механизма. Дела в отношении зарубежных компаний антимонопольными правительственными органами США начинают рассматриваться только при условии, если те имеют представительство в штатах или, как минимум, контакты. Антитрестовское дело может быть возбуждено только в том округе, где расположена организация, либо где она совершает деловые операции (ст. 12 Закона Клейтона).

В США политика прежде всего является проконкурентной, а потом уже антимонопольной. То есть в приоритете защита конкуренции и стимуляция ее развития на рынке, которая осуществляется в том числе посредством борьбы с монополиями. Можно выделить четыре направления проконкурентной политики:

- ограничение монополизации рынка;
- запрещение слияний конкурирующих компаний;
- запрет монопольного ценоформирования;
- поддержка средних и малых фирм².

Контрольными и правоприменителями органами являются министерство юстиции, специальные органы, Федеральная торговая комиссия (ФТК), суды. ФТК разрабатывает критерии неконкурентного поведения. Кроме того, Конгресс США предоставил ФТК право запрета тех антиконкурентных действий, которые не подпадают под антитрестовское законодательство.

Реализация проконкурентной политики предполагает судебное преследование и наказание за нарушение соответствующих законов. Административное расследование нарушений предусматривает отмену несправедливых или неправильных решений компаний.

¹ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 2. С. 253.

² Рождественская Е.М. Проконкурентный порядок как институт экономики знаний. Томск, 2015. С. 23.

Основополагающим принципом антимонопольной политики США является принцип свободного рыночного ценообразования, но при этом учитываются технологические возможности крупных корпораций, которые занимают доминирующее экономическое положение.

Для борьбы с монополизмом в США применяются такие средства как компенсирующие и антидемпинговые пошлины, которые были закреплены в The Smoot-Hawley Tariff Act 1930 (закон Смута-Хоули о тарифе). Если импортеры используют картельную практику, то со стороны антимонопольных органов могут последовать жесткие меры, вплоть до конфискации импортируемых товаров.

Одним из важных направлений конкурентной политики являются антикартельные судебные процессы. Усилению контроля по картельным соглашениям способствовало введение программ амнистии участников, в основе которой лежит освобождение от наказания при активном сотрудничестве в процессе судебного следствия. Организации, участвующие в картельных соглашениях, предоставляют информацию антимонопольным органам о других картелях с целью избежать наказания.

Одной из серьезных экономических проблем в США, как и во всем мире, является увеличение количества слияний организаций. Слияние происходит в том числе и между крупными компаниями с бюджетом более 10 млн долл. В связи с чем возникает необходимость ограничения таких сделок на законодательном уровне в том случае, если они наносят ущерб государственной экономике. Для этого необходимо унифицировать и модернизировать нормативно-правовую базу, усовершенствовать методику расследования по данным правонарушениям, расширить перечень средств доказывания.

Агентства США, функционирование которых направлено на повышение конкуренции в стране, заключают между собой «Договоры о сотрудничестве» с целью взаимодействия и координации. Помимо внутренних договоров существуют и международные договоры. Как правило они заключаются с теми

странами, в которых осуществляют свою деятельность транснациональные корпорации США, для типологизации терминов и унификации методов анализа недобросовестной конкурентной практики хозяйствования. А также эти соглашения являются юридическим основанием для расследований и действий по применению антитрестовского законодательства на территории юрисдикции другого государства. Наиболее значимы договоры между США и ФРГ (1976), США и Австралией (1983), США и Канадой (1984), а также Североамериканское соглашение о свободной торговле (1994). А также договор от 23.09.1991 между США и Европейским Сообществом. В таких двусторонних договорах воплощены «negative comity» и «positive comity». Первый принцип предусматривает «общее взаимоуважение в межгосударственных отношениях»¹.

Таким образом, «negative comity» предписывает степень невмешательства в дела другого государства. «Positive comity» требует, напротив, готовность на основании собственных законов противостоять действиям, ограничивающим конкуренцию на территории другой стороны договора. Оба принципа тесно взаимосвязаны. «Negative comity» ограничивает применение национального права с учетом интересов другой стороны². «Positive comity» идет дальше и требует активных действий, направленных против практики по ограничению конкуренции.

Неформальным правилом политики США является правило «позитивной вежливости»³, которое представляет собой процедуру рассмотрения экстерриториального нарушения антимонопольного законодательства США. Действует это правило в отношении Канады и Европейского союза.

Антимонопольное законодательство США отличается направленностью на защиту олигополистической рыночной структуры. Считается, что олигополистическая рыночная структура является результатом

¹ Senti, R. / Conlan, P. „WTO. Regulation of World Trade after the Uruguay Round“, Zürich 1998, P. 36ff.

² Immenga, U., in: Rebmann, K. / Säcker, F.J. / Rixector, R., Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 10: Internationales Privatrecht, 3. Auflage, München, 1998, nach § 37, Rn. 90.

³ Антимонопольная политика и правила отношений с конкурентами // Электронный журнал Госдепартамента США. Т. 4. 1999. № 1. С. 31.

интенсификации конкуренции на основе преимущества в технологии, монопольное положение одной из фирм является временным результатом ориентации на инновационное развитие производства в целом.¹ Поскольку применение антитрестовских законов может подорвать потенциал наукоемких фирм, правительство зачастую не заинтересовано в их разукрупнении и реальном ограничении олигопольной власти.

Одним из самых громких дел было «Дело Майкрософт», когда компания нарушила антитрестовское законодательство, но никаких санкций в ее адрес не последовало по причине того, что лидирующее положение компании было достигнуто на основе технологического преимущества, способствующего общему инновационному развитию американского рынка и повышению конкурентоспособности национальной экономики в целом, а значит, необходимо было применять неформальные принципы государственного патернализма, а не антимонопольного запрета такого монополиста².

В 1991 г. между США и ЕС было заключено соглашение о применении конкурентного законодательства, в 1998 г. – соглашение о применении «Принципа взаимной вежливости», в 1999 г. США и Япония подписали соглашение «О применении конкурентного законодательства». Антимонопольные соглашения США подписаны с ФРГ в 1976 г., с Австралией в 1999 г., с Израилем - в 1999 году, с Бразилией - в 1999 году, с Мексикой - в 2000 году, с Канадой - в 2004 году.

Таким образом, проконкурентная политика включает в себя не только антимонопольное законодательство, но и государственное стимулирование конкуренции и инновационного развития, а также активное международное сотрудничество в целях пресечения антиконкурентных действий.

Такая политика является более эффективной по сравнению с антимонопольным законодательством, так как она отличается свободой

¹ Хейне П. Экономический образ мышления. М., 1991. Гл. 10. С. 351.

² Бурякова Л.Е. Законодательство ЕС о злоупотреблении доминирующим положением // Журнал российского права. 2000. № 41. С. 68.

рыночных механизмов и допустимым уровнем бюрократизации процессов регулирования в сфере конкуренции. Важным условием является эффективное антимонопольное законодательство, ориентированное на выгоду потребителя, а не защиту отдельных продавцов.

Рынок остается открытым и свободным. Одним из факторов, обеспечивающих экономическое лидерство фирм США, является высокий уровень конкуренции на внутреннем рынке и политика государственного патернализма на международном рынке.

Антимонопольное регулирование возникло и развивалось на уровне ЕС вместе с другими институтами в процессе интеграции стран. Его целью является формирование единого экономического пространства между странами-участниками ЕС¹.

Комиссия по конкуренции ЕС является наднациональным ведомством, созданным с целью регулирования конкурентно-рыночного порядка пространства единого рынка, обеспечивающим институциональное оформление экономической интеграции.

До того, как в 1957 г. был принят Римский договор², антимонопольное правовое регулирование существовало только в трех странах из шести участвующих в данном Соглашении. В данный момент законы, разработанные в соответствии с законами ЕС об антимонопольном регулировании, есть в каждой из шести стран.

Европейское антимонопольное законодательство выстроено так, чтобы наиболее эффективно защитить личные права предпринимателей и потребителей³.

Система инструментов антимонопольной политики представлена поведенческими и структурными методами⁴. Поведенческие методы

¹ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 1. С. 101.

² Treaty of Rome 1957.

³ Ривас Х. Записки автора: размышления на тему знаний и политики конкуренции // Мировая конкуренция. Закон и экономика. 2004. № 23. С. 4.

⁴ Качалин В.Г. Международные аспекты антимонопольного регулирования // МЭиМО. 2006. № 2. С. 49.

направлены на пресечение злоупотребления доминирующим положением, в то время как структурные помогают в осуществлении контроля за заключением сделок между хозяйствующими субъектами, которые влияют или могут повлиять на изменение состава участников рынка и уровня концентрации на нем.

В ЕС действует система «трех перечней», исходя из которой практика делится на разрешенную и запрещенную, запрещенная включает в себя регулирование государственной помощи и вертикальных соглашений, и «групповых исключений», посредством которой устанавливается совокупность отраслей экономики, которые выводятся из сферы регулирования¹.

Санкции за нарушение антимонопольного законодательства носят административный характер. Субъектом ответственности является юридическое лицо. Штрафы налагаются не только за совершение правонарушений и злоупотребление правом (до 10% от оборота компании), но и за непредставление информации (до 1%). За невыполнение предписаний комиссии может быть наложен дополнительный штраф в размере до 5%².

Treaty of Amsterdam 1996 (Амстердамский договор) – основа антимонопольного законодательства ЕС. Законодательство не применяется в отношении групп участников с суммарной рыночной долей менее 10%. Используются шесть типов крупных групповых исключений (соглашения об исследованиях и инновациях, о производстве, о централизованных закупках, о коммерциализации, о стандартах и экологических нормах). Для каждого типа используется «три списка», которые характеризуют поведение. Соглашения по исследованиям и инновациям с суммарной долей участия менее 25% выводятся из-под регулирования, то есть тип соглашения соотносится с рыночной долей³.

¹ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. Указ. ст. С. 106.

² Там же. С. 252.

³ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. Указ. ст. С. 253.

В 2007 году Генеральный директорат по конкуренции Европейской комиссии принял ряд решений относительно борьбы с картельным сговором¹.

Например, Европейская комиссия оштрафовала картель по производству распределительных устройств с газовой электроизоляцией на сумму 750 млн. евро². Картель действовал с целью перераспределения квот в объявляемых тендерах на поставку распределительных устройств между европейскими и японскими компаниями. Санкцией послужило установление региональных границ экономической деятельности для европейских и японских компаний³.

18 июля 2018 года Европейская комиссия оштрафовала на € 4,3 млрд (около \$ 5 млрд) американскую корпорацию Google по обвинению в нарушении антимонопольного законодательства⁴. Как сообщила еврокомиссар по конкуренции Маргрете Вестагер, «Google полностью замкнул систему Android в закрытой и полностью подконтрольной ему экосистеме». Этот штраф является рекордным в истории антимонопольных исков.

Контроль слияний и поглощений осуществляется в зависимости от параметров сделки - оценивается совокупный годовой оборот сделки и самих участников. Выставляются критерии оценивания сделок по слиянию и поглощению⁵.

Таким образом, в ЕС основными направлениями антимонопольной политики являются пресечения злоупотребления правом, контроль за заключением крупных сделок. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства носят административный характер, выражаются в форме штрафов в крупных размерах не только за совершение правонарушений и злоупотребление правом, но и за непредставление информации. Субъектом ответственности выступают юридические лица. Помимо этого, большое

¹ Бычков И.В. Картель не пройдет // Строительство. 2007. № 10. С. 76.

² Там же. С. 78.

³ Алешин Д.А., Артемьев И.Ю., Башлаков-Николаев И.В. Конкурентное право России. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2014. С.46.

⁴ Самый большой штраф за действия по недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] // Новостной портал Russian America. URL: www.RA.ru/doc/70912345.

⁵ Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Калмычкова Е.М. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта // Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 3. С. 393.

значение уделяется антикартельной деятельности, с этой целью заключаются международные договоры о взаимопомощи в расследовании таких преступлений, выдаче преступников.

В России в 90-х гг. прошлого века следствием экономической реформы стало масштабное осуществление приватизации, которая стала базой для формирования частного бизнеса в стране. Государственная форма собственности была замещена частной и смешанной, появились крупные отраслевые корпорации, контрольные пакеты акций которых оказались у ограниченного числа бывших госчиновников, менеджеров высшего уровня. Вместе с тем капиталистическая реформация, разрушив систему государственного, не изменила техническую базу и технологические связи, существовавшие в экономике СССР. Более того, государственно-монополярная форма собственности определила особенности российского крупного промышленно-финансового капитала: «Газпром», РАО ЕЭС, авиастроительная и судостроительная корпорации¹.

Нормативно-правовая база РФ пополнилась указами, которые запрещают монополизацию отраслей на основании тайных договоренностей об изъятии товара, так как это влечет за собой стремительное повышение цен за счет искусственно созданного дефицита товаров на рынке. За подобные действия организации выплачивают штрафы, сумма которых изначально была незначительна для фирм-нарушителей, но со временем штрафы увеличиваются и уже могут серьезно ударить по карману.

Изначально контрольным органом в РФ являлось Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, которое сейчас сменило название на УФАС РФ.

Согласно Федеральному закону «О защите конкуренции» монополистом считается, рыночная доля которого превышает 65%. Предприятие с долей

¹ Смирнов А. Государственно-корпоративный сектор и его развитие // Экономист. 2008. № 1. С.5.

рынка от 35% до 65% признается «занимающим доминирующее положение» в случае положительного заключения антимонопольного ведомства¹.

Российское законодательство наряду с запретом монополизации рынка закрепляет принципы дерегулирования и дебиюрократизации экономики – это реализация соответствующих положений Конституции Российской Федерации. В более широком смысле дерегулирование – это снижение издержек хозяйствующих субъектов от государственного вмешательства.

Таким образом, сама конструкция понятия конкуренции в Законе о защите конкуренции способствует смешению содержащихся в нем значений и их неправильному восприятию судебной практикой и доктриной. Российский Закон описывает конкуренцию как цель применения конкурентного законодательства (а не элемент состава правонарушения). Функция по уточнению цели Закона о защите конкуренции позволяет с успехом использовать законодательную дефиницию конкуренции в процессе административного и судебного толкования².

К настоящему моменту можно выявить тенденцию к росту государственных корпораций в России. Это обусловлено рядом причин. Примерами вновь созданных в 2007 году, вследствие принятия ряда ФЗ, корпораций могут служить «Роснано», «Росатом» и еще ряд других государственных корпораций³. В проекте находится создание государственных корпораций в сфере производства лекарств, дорожно-строительной, машиностроительной, судостроительной и некоторых других. С одной стороны, можно рассматривать этот процесс как «мягкую национализацию», с другой – как корпоративно-бюрократическую приватизацию, так как эти структуры бесконтрольны, представляют собой закрытые монопольные структуры.

¹ О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

² Тотьев К. Понятие «конкуренция» в антимонопольном законодательстве // Хозяйство и право. 2011. № 2. С. 61.

³ Семенов А.В., Серегина Т.А. Особенности правового положения государственной корпорации // Право и экономика. 2008. № 2. С. 6.

«Важнейший фактор изменения ситуации - нравственное переосмысление экономической политики. Для России актуально как увеличение степени экономической свободы, так и усиление общественной активности государства»¹.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что в России возникла достаточно неэффективная доминирующая корпоративно-государственная производственно-финансовая структура с высоким уровнем концентрации капитала.

Антимонопольное законодательство в РФ основывается на Конституции РФ (ч. 1 ст. 8. - гарантия единства экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности, ст. 34 – свобода в осуществлении предпринимательской деятельности, ч. 1 ст. 37 – свобода труда). В США правовой базой конкурентной политики являются Закон Шермана, Закон Клейтона, Закон о Федеральной Торговой Комиссии. В ЕС - Римский договор и ст. 81 Амстердамского договора, регламентирующая картельные соглашения.

В РФ конкуренция на законодательном уровне рассматривается как цель применения конкурентного законодательства – коллизия, в США как институционально оформленный механизм, в ЕС же как результат эволюция хозяйственных институтов.

В РФ взаимопроникновение власти и бизнеса приводит к тому, что квазигосударственный олигархический корпоративный капитал определяет политическое и экономическое развитие страны. В США законодатель и контрольные органы ориентированы на поддержание высокого уровня конкуренции на внутреннем рынке. В ЕС в се хозяйственные отношения в сфере конкуренции делятся законодательством на поведенческие и структурные.

¹ Смирнов А. Послевоенное возрождение Германии: немецкое экономическое чудо // Научный вестник ИЭПП.ру. № 16. 2009. С. 31.

Проявления олигополистического корпоративизма в РФ рассматриваются только как нарушение существующего законодательства, которое проявляется в методах и инструментах использования доминирующего положения, сговора, слияний и т.д. Конкурентная политика США характеризуется меньшей степенью регламентации конкуренции и большей свободой рыночного механизма, политикой жестких мер в отношении международных рыночных сговоров и соглашений. ЕС же ставит в приоритет ориентацию на предотвращение ограничений в процессе экономической интеграции.

Деятельность ФАС России направлена на формирование механизма конкурентно-рыночного порядка по типу институционального оформления конкуренции в США и ЕС. В США проконкурентным элементом является борьба с международными картелями посредством амнистии за сотрудничество, защита национальных производителей компенсирующими и антидемпинговыми пошлинами, законом о тарифах. В ЕС же применяется концепция объективной правомерности и пропорциональности.

В США работает принцип «позитивной вежливости» – заключение двусторонних межведомственных соглашений – транслирование интересов национальных производителей через систему сотрудничества с антимонопольными ведомствами других стран, защита интересов в международных организациях, транслирование интересов национальных производителей через систему сотрудничества с антимонопольными ведомствами других стран, защита интересов в международных организациях. В ЕС существует система групповых исключений из действия антимонопольного законодательства хозяйственной практики, отвечающей неформально установленному принципу ориентации на инновационное развитие Сообщества. В РФ еще размытое и несогласованное представление о принципах формирования государственной защиты инновационного развития.

В США основными направлениями деятельности являются: 1) ограничение монополизации рынка; 2) запрещение слияний конкурирующих компаний; 3) запрет монопольного ценоформирования; 4) поддержка средних и малых фирм. В ЕС: 1) поддержка инновационного развития хозяйствующих субъектов Сообщества; 2) наднациональная система государственного регулирования конкуренции; 3) применение принципа взвешенного подхода в каждом случае; 4) широкий перечень исключительной хозяйственной практики, который динамично развивается вместе с подсистемой экономики, основанной на знаниях. Среди основных направлений антимонопольной политики РФ можно выделить: прямое регулирование цен; налогообложение; регулирование естественных монополий.

В РФ контрольным органом является Федеральная антимонопольная служба, в ЕС - Комиссия по конкуренции как наднациональный регулятор, в США - суды, министерство юстиции, специальные органы, Федеральная торговая комиссия (ФТК).

Таким образом, в РФ экономика функционирует в условиях доминирующего олигопольного ценоформирования, т.е. оно из стихийно-рыночного превращается в олигопольно-регулируемое. Российское экономическое законодательство должно быть ориентировано на сохранение и развитие «добросовестной» конкуренции, т.е. быть проконкурентным, как в США, а не только быть направленным на пресечение недобросовестной конкуренции, как сейчас происходит в России. Также необходимо расширить перечень стимулирующих добросовестную конкуренцию средств и давать предпринимателям больше свободы действий, а также пересмотреть налоговую политику в отношении хозяйствующих субъектов.

ГЛАВА 2. АНТИКОНКУРЕНТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ В ФОРМЕ ДИСКРЕДИТАЦИИ И ДЕЗОРГАНИЗАЦИИ

2.1 Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции и ее виды

В настоящее время рыночные отношения находятся в постоянной динамике, существует большое количество производителей товаров и услуг. В связи с этим между ними обострилась конкуренция. В целях получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, некоторые хозяйствующие субъекты прибегают к недобросовестной конкуренции, так как легальными способами они не могут добиться лидирующего положения на рынке. Но преимущества при таком способе конкуренции будут являться необоснованными, так как достигнуты незаконными путями. Законодатель осознает, что в этой сфере много ухищрений, поэтому постоянно модернизирует законодательство. Но и предприниматели не отстают, постоянно изобретают новые варианты обхода закона.

Исходя из вида полученных преимуществ, антиконкурентные действия делятся на:

- действия, непосредственно позволяющие увеличить поток покупателей (дискредитация конкурента, некорректное сравнение, введение в заблуждение потребителей);

- действия, непосредственно влияющие на уменьшение количества производственных издержек (нелегальное использование ноу-хау, изобретения, полезной модели).

В зависимости от субъекта, которому причиняется вред актом недобросовестной конкуренции, можно выделить:

- действия, наносящие вред интересам конкурентов и потребителей (например, введение потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств товара);

- действия, наносящие вред исключительно конкурентам (например, незаконное использование коммерческой тайны, продажа товаров с нарушением исключительных прав на изобретение).

По характеру вреда, наносимому конкурентам, недобросовестная конкуренция может проявляться в:

- действиях, которые причиняют вред определенному кругу конкурентов (например, дискредитация конкурента, некорректное сравнение своей продукции с продукцией конкурента);

- действиях, которые причиняют вред неопределенному кругу конкурентов (например, введение потребителей в заблуждение относительно свойств продукции).

По характеру совершаемых действий недобросовестная конкуренция делится на:

- собственно акты недобросовестной конкуренции (то есть хозяйствующий субъект совершает антиконкурентный поступок или совокупность поступков и пользуется результатом своих действий в течении длительного времени);

- недобросовестная конкурентная практика (нарушитель пользуется преимуществами до тех пор, пока совершает недобросовестную конкуренцию).

Исходя из сферы действия недобросовестной конкуренции, можно выделить:

- действия, совершаемые в сфере товаров, которые в основном связаны именно с самим товаром, его реализацией;

- действия, совершаемые в сфере информации, которые проявляются в распространении информации, ее получении либо использовании, а сама информация может быть достоверной, недостоверной (негативной или позитивной) или некорректного сравнения средств индивидуализации продукции или лица (абсолютном или до степени смешения, либо с незаконным копированием внутреннего устройства товара).

Такие действия обусловлены свойствами самой информации, она связана не только с материальным носителем, но может сохраняться и в памяти людей, которые ее изучали, если носитель уничтожен.

Зачастую распространение ложной информации связано с дискредитацией конкурирующего субъекта, а именно, с сообщением другим лицам негативной информации о товарах и услугах или деятельности конкурента. К данному виду антиконкурентного поведения относится также и распространение информации, которая не наносит ущерб деловой репутации субъекту экономики, но может причинить ему убытки. Также важно отметить, что эти сведения могут касаться не самого конкурента, а, например, его партнеров по бизнесу.

«Проводя различие между распространением ложных сведений и введением потребителей в заблуждение, следует иметь в виду, что введение потребителей в заблуждение является следствием распространения позитивной информации, и ее содержание, касается деятельности самого распространителя. При этом недобросовестной конкуренцией может являться введение в заблуждение относительно таких обстоятельств, которые способны оказать влияние на потребительский выбор (характер, способ и место изготовления, потребительские свойства, качество товара)»¹.

Одной из форм недобросовестной конкуренции является дискредитация. Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции упоминается в отдельной ст. 14.1 Закона о защите конкуренции.

Объектами дискредитации являются: продукция, поставляемая на рынок (ее качество, потребительские свойства, назначение, способы и условия изготовления или применения, результаты, ожидаемые от использования, пригодности для определенных целей); состояние товарного рынка, на котором реализуется товар (количество товара, предлагаемого к продаже, наличие товара на рынке, возможности его приобретения на определенных

¹ Городов О. А. Прямая дискредитация конкурента как вид недобросовестной конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №1. С. 31.

условиях, фактический размер спроса на такой товар); условия реализации товара (цена и иное)¹.

Дискредитация обычно определяется как ложное утверждение относительно конкурента, который может нанести вред его коммерческому благополучию.² Дискредитация всегда включает «нападение» на конкретного предпринимателя или определенную категорию предпринимателей.

Можно выделить три признака рассматриваемой формы недобросовестной конкуренции: распространение информации, ее недостоверность (ложность, неточность, искаженность) и причинение вреда (ущерба деловой репутации)³.

Под распространением информации понимаются любые действия, в результате которых информация стала известна третьим лицам (хотя бы одному).

Каким образом была распространена информация не имеет значения. Это может быть и публичное выступление, и публикация в средствах массовой информации интервью, и направление деловых писем и т.д. То есть нужно, чтобы нарушитель сообщил ложные, неточные или искаженные сведения третьим лицам. Количество таких лиц не играет большой роли для установления факта правонарушения, но при этом может иметь значение для определения размера убытков потерпевшего лица (например, при определении количества покупателей, отказавшихся по результатам получения ненадлежащих сведений о хозяйствующем субъекте от заключения договора с ним).

Однако если ложные, неточные или искаженные сведения были распространены через рекламу, то в отношении лица, распространившего такие сведения, применяются санкции, предусмотренные законодательством

¹ О защите конкуренции: федер. закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

² Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция: Теория и правоприменительная практика. М., 2008.

³ О применении «четвертого антимонопольного пакета» [Электронный ресурс]: письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15. // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. URL: <http://fas.gov.ru>.

РФ о рекламе, поскольку положения ст. 5 Закона «О рекламе» являются специальной нормой по отношению к Закону о защите конкуренции, в связи с чем имеют приоритет в применении¹.

Городов О.А. в своей работе отмечает, что распространением следует считать любые действия, в результате которых информация стала известна другим лицам (хотя бы одному). Закон указывает три формы недостоверности информации: ложность, неточность и искаженность, при этом отмечается, что граница между ними недостаточно четкая. Ложность и неточность означают различные степени искаженности информации: в первом случае полное несоответствие информации действительному положению дел, а во втором – частичное несоответствие. Искаженной информацией могут являться и достоверные сведения, которые, будучи вырванными из определенного контекста, приводят к неправильному восприятию таких сведений третьими лицами². Но важно помнить, что распространение достоверной информации, подрывающей доверие к хозяйствующему субъекту, не может быть признано актом недобросовестной конкуренции.

Ложность означает полное несоответствие информации действительному положению дел.

Искаженность – интерпретация хозяйствующим субъектом информации о существующем или состоявшемся факте, действии, событии применительно к хозяйствующему субъекту – конкуренту в такой форме, которая приведет к ее неверному, негативному восприятию третьими лицами, включая потребителей³.

Неточность – это распространение хозяйствующим субъектом информации о хозяйствующем субъекте – конкуренте не в полном объеме, что не позволяет всесторонне ее воспринять, получить исчерпывающе верное

¹ О рекламе: федер.закон от 13 марта 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №33.

² Городов, О. А. Указ. соч. С. 63.

³ Городов О. А. Указ. соч. С. 65.

представление об излагаемых факте, действии или событии применительно к данному хозяйствующему субъекту¹.

Распространение информации, снижающей уровень доверия к хозяйствующему субъекту, но являющейся достоверной не относится к данной форме недобросовестной конкуренции.

Вред может выражаться в убытках или ущербе деловой репутации.

Под убытками в соответствии с ч. 2 ст.15 Гражданского кодекса Российской Федерации понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)².

Такое определение позволяет, в частности, считать способными причинить убытки такие утверждения, которые могут привести к потере хозяйствующим субъектом части покупателей.

Относительно деловой репутации необходимо иметь в виду пункт 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»³, которым обращено внимание судов на то, что право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц - одним из условий их успешной деятельности.

Признак «недобропорядочности»⁴ сформулирован в ст. 4 Закона «О конкуренции» достаточно широко и включает противоречие положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям

¹ Там же. С. 72.

² Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Собрание законодательства РФ. 2018. № 27.

³ О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 13.07.2015 № 250-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2015. № 31.

⁴ О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

добропорядочности, разумности и справедливости. Под законодательством в определении недобросовестной конкуренции следует понимать международные договоры, нормы Конституции Российской Федерации, законодательные акты, подзаконные акты.

Термины «разумность» и «справедливость» отражают различные моральные принципы осуществления предпринимательской деятельности. Хотя в некоторых случаях определить какой-либо четкий критерий отнесения действий хозяйствующего субъекта к добропорядочным, несправедливым или неразумным сложно, существует ряд случаев, когда возможно четко установить, какая практика может рассматриваться в качестве «добросовестной», а какая – «недобросовестной». В частности, к добропорядочным действиям относятся обман, ложь, введение в заблуждение, нарушение принятых на себя обязательств, к несправедливым – попытки добиться успеха не за счет собственных усилий, а за счет достижений других лиц.

Петров Д.А. в своей статье отмечал, что «при этом используемая в Законе триада – добропорядочность, разумность и справедливость – не означает, что она может быть применена только в своей совокупности. Наоборот, поведение субъекта может не соответствовать одной или двум составляющим и образовывать тем самым состав недобросовестной конкуренции»¹.

Указанные действия будут являться недобросовестной конкуренцией, если распространение такой информации осуществляется хозяйствующим субъектом по отношению к другому хозяйствующему субъекту – конкуренту.

Можно выделить три формы недобросовестной конкуренции в виде дискредитации:

1. распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара;

¹ Петров Д.А. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки // Конкурентное право. 2015. № 4. С. 25.

2. распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении количества товара и спроса на него;

3. распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, в частности цены товара.

О. Е. Москвитин пишет «Однако приведенные примеры дискредитации не являются исчерпывающими, а представляют собой лишь наиболее частые формы этого нарушения. Антимонопольные органы и суды вправе квалифицировать в качестве дискредитации и иные виды недобросовестной конкуренции, не подпадающие под действие других статей главы 2.1. «Недобросовестная конкуренция» речь идет о не исчерпывающем перечне возможных видов дискредитации поименованных в ст.14.1.»¹.

Первая форма недобросовестной конкуренции в информационной сфере связана с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, т.е. с активными действиями нарушителя, которые выражаются в доведении не соответствующей действительности информацией третьим лицам.

Т.Д. Пономарёва в своей статье отмечает, что «закон о защите конкуренции не указывает, до каких лиц должны быть доведены ложные, неточные или искаженные сведения. Однако, учитывая, что распространение таких сведений способно причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, становится понятным, что сведения должны быть доведены до третьих лиц по отношению к конкурентам. Поэтому не будет являться недобросовестной конкуренцией сообщение

¹ Москвитин О. Е. Недобросовестная конкуренция путем дискредитации // Информационный обзор. 2016. № 2. С. 43.

ложных, неточных или искаженных сведений о товарах или деятельности определенного хозяйствующего субъекта непосредственно этому лицу»¹.

В основном, такие сведения доводятся до потребителей товаров, следствием чего является отказ от заключения договора в пользу недобросовестного конкурента.

Рассмотрим пример из судебной практики. В антимонопольный орган поступило заявление ЗАО «Витогаз» о недобросовестной конкуренции со стороны ОАО «Гороблгаз»².

ОАО «Гороблгаз» направило в адрес граждан письмо, подписанное главным инженером филиала № 1 общества Н.И. Ивановым, в котором просило граждан обратить внимание на неправомерность действий руководства ЗАО «Витогаз» в отношении выполнения подключения (врезки) к действующим газопроводам, в частности газопровода низкого давления к их домам. Помимо этого копии письма были направлены главе администрации муниципального образования, инспектору регионального отделения Ростехнадзора.

После проведения анализа информации, содержащейся в письме, антимонопольный орган решил, что в данном случае имеет место посыл на возникновение негативных последствий у конкурента, путём распространения информации о «неправомерности действий руководства ЗАО «Витогаз» в вопросе выполнения подключения (врезки) к действующим газопроводам, в частности газопровода низкого давления к Вашему дому». Так как следствием указанных действий ОАО «Гороблгаз» может быть то, что потенциальные клиенты ЗАО «Витогаз» воспримут изложенную в письме информацию как свидетельство о некачественной работе данной организации, имеющей целью обман потребителей и получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности на рынке обслуживания и развития систем газоснабжения.

¹ Пономарёва Т. Д. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе // Новая бухгалтерия. 2017. СПб. № 8.

² Решение Комиссии ФАС России по делу № 1-22-46/00-07-10 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. URL: <http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/02-13545-10>.

Таким образом, оспариваемое письмо, по мнению антимонопольного органа, содержит негативную оценку деятельности конкурента - ЗАО «Витогаз» и наносит ущерб деловой репутации акционерного общества, в том числе подвергает сомнению правомерность деятельности этого хозяйствующего субъекта, качество и безопасность выполняемых им работ, следовательно, в силу ч. 1 ст. 14 Закона о защите конкуренции является актом недобросовестной конкуренции, нарушающим права и законные интересы ЗАО «Витогаз».

Одним из квалифицирующих признаков недобросовестной конкуренции, связанной с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, являются последствия распространения такой информации, выраженные в убытках либо ущербе его деловой репутации. Еще одним важным аспектом является то, что вследствие таких действий нарушитель получил конкурентные преимущества, а его конкурентам напротив такие действия прямо или косвенно причинили, или способны причинить убытки. Если же мы обратимся к Парижской конвенции по охране промышленной собственности, данный акт относит к числу форм недобросовестной конкуренции лишь распространение ложных утверждений, способных дискредитировать товары или деятельность конкурента, исключая распространение ложных, неточных или искаженных сведений в отношении хозяйствующего субъекта, который не является конкурентом такого распространителя¹.

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление о нарушении антимонопольного законодательства со стороны Общества, выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с распространением ложных сведений, которые могут причинить убытки Заявителю и нанести ущерб его деловой репутации².

¹ Конвенция по охране промышленной собственности: заключена в Париже 20 марта 1883 // Закон. №7 1999. ред. от 02 февраля 1979. С. 58.

² Решение Комиссии ФАС России по делу № 1-14-61/00-08-14 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. URL: <http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/08-38665-14>.

Заявитель утверждал, что письма, отправленные Обществом в адреса контрагентов, содержат в себе ложную информацию, распространение которой уже нанесло ущерб его деловой репутации и принесло убытки.

В письмах говорится о том, что Заявитель вводит в гражданский оборот, посредством реализации контрагентам – организаторам торговли, «контрафактный» товар с незаконным использованием интеллектуальной собственности Общества, принадлежащей Обществу по патенту № 114549.

Общество в своих пояснениях ссылается на то, что письма, рассылаемые Обществом, содержали подлинную информацию и касались, в частности, товаров, вводимых в гражданский оборот Заявителем с незаконным использованием товарного знака «Говорящие мульташки» по свидетельству № 469364, принадлежащего Обществу, поэтому Общество полагает, что в его действиях отсутствуют признаки недобросовестной конкуренции. Также Общество не отрицает того, что данное письмо было подготовлено специалистами Общества, подписано генеральным директором и распространялось менеджерами отделов продаж Общества по их усмотрению.

На территории Российской Федерации Заявитель и Общество осуществляют предпринимательскую деятельность по введению в гражданский оборот детских интерактивных («говорящих») книг с использованием в оформлении известных мультипликационных персонажей. Заявителем в качестве образцов своей продукции представлены следующие интерактивные книги: «Винни Пух», «Приключения кота Леопольда. Бурный поток» и «Мама для Мамонтёнка» серии «Говорящие мульташки».

Заявитель представил образцы продукции Общества: «День рождения кота Леопольда», «Трям! Здравствуйте» и другие сказки» и «Паровозик из Ромашково» и другие сказки» из серий «Говорящие сказки» и «Говорящие книжки-мультики» с приложением копии товарного и кассового чеков.

По итогам рассмотрения данного дела Комиссия ФАС России установила, что Заявитель и Общество являются конкурентами на товарном рынке детской книжной продукции Российской Федерации. Анализ

информации, содержащейся в письме, позволяет сделать вывод, что таким образом Общество хотело дискредитировать Заявителя перед контрагентами. С этой целью были распространены сведения о совершении Заявителем незаконных действий по использованию патента на промышленный образец, при этом доказательства, подтверждающих достоверность распространяемых сведений, Общество не предъявило.

В соответствии со статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную, или торговую деятельность конкурента¹;

Согласно пункту 1 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции»: не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации².

Согласно пункту 7 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных

¹ Конвенция по охране промышленной собственности: заключена в Париже 20 марта 1883 // Закон. 199. №7. С. 60.

² О защите конкуренции: федер. закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу¹.

Таким образом, совокупность действий, совершенных Обществом с целью дискредитации хозяйствующего субъекта-конкурента, получения преимуществ в предпринимательской деятельности, противоречащих требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, а также позволяющих причинить вред деловой репутации Заявителя, установленных Комиссией ФАС России, содержит все признаки недобросовестной конкуренции.

Доказать факт дискредитации заявителям удастся не всегда. Иногда это связано не с тем, что заявители не нашли относимых доказательств, а с тем, что дискредитации не было как таковой.

Следующей формой дискредитации является распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении количества товара и спроса на него.

В статье 14.1.2. Закона о защите конкуренции сказано, что распространение ложных, неточных или искаженных сведений в отношении: количества товара, предлагаемого к продаже конкурентом, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар, является недобросовестной конкуренцией.

В деле № А21-3639/2016 «Эфко-Каскад», а также компании «Эфко Пищевые Ингредиенты» и «Эфко» направили в региональное управление Федеральной антимонопольной службы жалобу на действия некоммерческой организации «Балтийский пищевой союз» и компании «Союз-ТТМ»².

¹ О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3. // Справочная правовая система ГАРАНТ. URL: <http://base.garant.ru>.

² Решение Арбитражного суда Калининградской области от 27 июля 2016 г. по делу № А21-3639/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/VaWItsNwYbVP>.

Дело заключается в следующем: на одном из сайтов за подписью председателя правления Балтийского пищевого союза Валерия Курьяновича были опубликованы сведения о перевозке компанией «Эфко» тропических масел в цистернах из-под бензина и других нефтепродуктов. Некоммерческой организации «Балтийский пищевой союз» не удалось опровергнуть решение антимонопольной комиссии о признании нарушения компанией закона «О защите конкуренции». «Балтийский пищевой союз» пояснил, что действовал с целью освещения существующей проблемы, связанной с перевозкой жидких пищевых продуктов в цистернах, в которых до этого перевозились опасные грузы. И не хотел дискредитировать заявителя. Но суд отклонил эти доводы.

Напротив, из содержания бюллетеня следует, что указанная в нем информация направлена на дискредитацию продукции компании «ЭФКО» (в которую входят ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад», ООО «ЭФКО Пищевые ингредиенты», ОАО «ЭФКО») в глазах потребителей, что может нанести ущерб их деловой репутации и повлечь вследствие этого убытки.

Для квалификации действий по ст. 14.1 Закона № 135 достаточно угрозы причинения убытков хозяйствующему субъекту и (или) нанесения ущерба его деловой репутации.

Ответчик хотел сформировать у третьих лиц ложное представление о тех или иных качествах реализуемого им товара, оказать влияние на потребительский выбор, т.е. создать у потребителей или потенциальных контрагентов определенное впечатление о товаре и его свойствах, которые не соответствуют действительности, а также о своей квалификации как участника рынка и переманить потребителей на свою сторону, посредством недобросовестной конкуренции¹.

Распространение НО «Балтийский пищевой союз» неточных сведений, содержащихся в информационном бюллетене № 1, направлено на получение

¹ Новосёлов Л. А. Право интеллектуальной собственности. Общие положения. Т. 1. М., 2017. С. 109.

его членами и учредителями конкурентных преимуществ на рынке при осуществлении предпринимательской деятельности.

Антимонопольная служба выявила нарушение закона «О защите конкуренции» в части распространения ложной или искажённой информации, способной причинить убытки или нанести ущерб деловой репутации.

В практике встречаются случаи признания в качестве недобросовестной конкуренции действий по указанию недостоверных сведений о предлагаемых к поставке товарах в рамках проведения закупок для государственных или муниципальных нужд, если такие действия оказали существенное влияние на победу такого хозяйствующего субъекта в соответствующих торгах. Возможность такой квалификации была подтверждена Президиумом ВАС РФ¹.

Приведем примеры из судебной практики, когда речь фактически шла о ложной дискредитации добросовестного бизнеса.

В деле № А56-22094/2015², которое рассмотрел АС Северо-Западного округа, заявителю – ООО НО «Аэровита» – не удалось доказать факт распространения конкурентом – ЗАО «Санкт-Петербургский институт профилактической медицины» – на своем сайте некорректной, ложной информации, относительно галогенаторов, выпускаемым заявителем, направленной на причинение ущерба деловой репутации заявителя.

Из спорной публикации следует, что товарный знак «Зебра» (принадлежащий ИП) является подделкой товарного знака «ПЛЭН» и имеет худшие характеристики по сравнению с ним. Спорная публикация, как считает заявитель, является недобросовестной рекламой, поскольку формирует негативное отношение к товару с товарным знаком «Зебра», а товарный знак «ПЛЭН» является объектом самостоятельного рекламирования. Автор статьи пытается показать преимущества товарного знака «ПЛЭН» перед «Зеброй»

¹ Постановление Президиума ВАС РФ от 14 мая 2013 г. по делу № 16941/12 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/DHhKjgfhkVP>.

² Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа г. Санкт-Петербурга от 29 октября 2015 г. по делу №А56-22094/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/GvdSgtrJohgbVP>.

через некорректное сравнение данных товарных знаков, в результате чего статья однозначно привлекает внимание к товарному знаку «ПЛЭН», принадлежащему ответчику, что является нарушением антимонопольного законодательства.

Было установлено, что фактически на сайте общества «ЭСБ-Технологии» (конкурента ИП) была размещена гиперссылка, при активации которой открывалась интернет-страница со спорной статьей, размещенной ООО «АиФ - Южный Урал». Статья содержит субъективное мнение автора и направлена на предупреждение потребителей от смешения товаров, производимых под разными товарными знаками. Также спорная статья подготовлена и размещена в СМИ ООО «АиФ - Южный Урал» самостоятельно, без участия ответчика, по заданию СМИ, на некоммерческой основе, договор на размещение статьи не заключался, информационный материал каким-либо хозяйствующим субъектом не предоставлялся, переписка по данному вопросу не велась

Суд признал недоказанным, что размещенная на сайте института информация является некорректной, а также что действия ЗАО «Санкт-Петербургский институт профилактической медицины» по размещению спорной информации содержат намерение нанести вред или ущерб конкуренту и признаки недобросовестной конкуренции.

По мнению суда, публикация носит информационный характер. Доказательств того, что эта информация относится именно к галогенаторам, выпускаемым заявителем, найдено не было.

Кроме того, в судебном акте отмечено, что в материалах дела отсутствуют доказательства отказа потребителей от приобретения оборудования ООО НПО «Аэровита» после размещения на сайте института спорной информации потребители.

В возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства было отказано в связи с отсутствием в действиях общества «ЭСБ-Технологии» признаков такого нарушения.

Информация, которая содержится в публикации, представляет собой

преимущественно субъективное, оценочное мнение автора, направленное на предупреждение потребителя от смешения товаров, производимых под товарными знаками «ПЛЭН» и «Зебра», которое он вправе высказывать. Таким образом, отказ в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства был правомерен, так как соответствует положениям действующего законодательства и не нарушает права и законные интересы заявителя.

Еще одной формой дискредитации является распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, в частности цены товара.

В Бурятское УФАС России поступило заявление филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», указывающее на наличие в действиях ООО «Энком» признаков нарушения статьи 14.1 Закона о защите конкуренции в части недобросовестной конкуренции путем дискредитации¹.

В выпуске № 11 от 23.03.2016 печатного издания «Номер один» опубликована статья Владимира Пашинюка «Тариф на жадность», содержащая высказывания генерального директора ООО «Энком», которые содержат дискредитирующие ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго» сведения. Статьи «Энергетический тупик» и «Тариф на жадность» были опубликованы также на сайте издания «Номер один» в ИТС «Интернет».

Как указывает филиал ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», в статье указано, что причина высоких тарифов на электрическую энергию – это необоснованное установление тарифов на электрическую энергию за счет включения в них неоправданно высоких затрат сетевой организации - филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго»; необоснованность проявляется в виде

¹ Решение Бурятского УФАС России в г. Улан-Удэ от 12 декабря 2016 г. по делу № 05-11/18-2015 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/buryatskoe-ufas-rossii/05-11-18-2015>.

высоких нормативных потерь, а также инвестиционной составляющей и пр.

УФАС была сделана оценка следующих утверждений автора статьи «Тариф на жадность» Пашинюка В.А.: «Выходит, что энергетические компании, переполучающие огромные деньги неизвестно за что, на деле вкладываются в сети Бурятии по минимуму. Износ растет, сельские сети выбрасываются на произвол судьбы, а тариф по-прежнему ползет вверх, не смотря на признаваемую всеми абсурдность его раздутых размеров», «Выходит, некоторые компании сегодня сильно злоупотребляют своим положением. Более того, им позволяют злоупотреблять - иначе как объяснить, что от них до сих пор никто не потребовал ответа за потраченные неизвестно куда миллиарды рублей?», которые отнесены судом к оценочным суждениям, мнению Пашинюка В.А.

По результатам рассмотрения заявления Бурятское УФАС России установило в действиях ООО «Энком» признаки нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренные статьей 14.1 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в недобросовестной конкуренции по отношению к ПАО «МРСК Сибири» путем дискредитации, а именно: в распространении ложных, неточных и искаженных сведений в статье «Тариф на жадность», которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту - конкуренту и (или) нанести ущерб его деловой репутации. Комиссия пришла к выводу о возможности формирования у неограниченного круга лиц (потребителей и пр.) после ознакомления с содержанием статей «Энергетический тупик» и «Тариф на жадность» искаженного представления о деятельности филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», выводов о необоснованно завышенном сетевом тарифе и необоснованном получении прибыли ПАО «МРСК Сибири», сокращении персонала ПАО «МРСК Сибири», отсутствии результатов выполнения инвестиционной программы и пр.

Таким образом, сведения, содержащиеся в статье «Тариф на жадность» в части необоснованно устанавливаемых для филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго» тарифов являются ложными, что подтверждено РСТ РБ -

органом, осуществляющим тарифное регулирование на территории Республики Бурятия.

В качестве еще одного примера осуществления недобросовестной конкуренции путём сообщения не соответствующих сведений о цене товаров и услуг, можно привести дело № А75-306/2013¹.

Энергоснабжающая организация (Общество) распространяла среди потребителей информацию о деятельности своего Конкурента – презентации «Сравнительный анализ по ценам за электрическую энергию, реализуемую потребителям» и «Конкурентные преимущества ОАО «Ю». В указанных презентациях Общество осуществляло сравнение и сообщало потребителям, что средневзвешенная цена на электрическую энергию у Общества более конкурентоспособна, чем у Конкурента. При этом Общество указывало, что в случае заключения договоров с Конкурентом потребителям придется платить две сбытовые надбавки, поскольку в ближайшее время Конкурент сам будет приобретать электроэнергию непосредственно у Общества. Кроме того, Общество утверждало, что Конкурент может в любой момент расторгнуть договор с потребителями и прекратить поставку электроэнергии, а также может заключить договор, положения которого строго не регламентированы законом и могут быть невыгодны потребителю. Распространявшаяся информация не соответствовала действительности. УФАС, а вслед за ним и судами, действия Общества были признаны нарушающими часть 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции².

Суд установил, что данные действия не соответствуют обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, поскольку законность установленного тарифа может быть проверена судом или уполномоченным на то государственным органом, а также, что данные действия могут причинить убытки ПАО «МРСК Сибири» или нанести вред его

¹ Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа г. Санкт-Петербурга от 29 октября 2015 г. по делу №А56-22094/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/GvdSgtrJohgbVP>.

² О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

деловой репутации. При этом в силу пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции для квалификации действия в качестве акта недобросовестной конкуренции антимонопольному органу необязательно доказывать фактическое наступление негативных последствий в виде причинения убытков и нанесения реального вреда деловой репутации конкурента, так как для этого достаточно установить лишь наличие угрозы таких последствий.

Форма распространения информации в данном случае не имеет значения - это может быть публичное выступление, публикация в средствах массовой информации интервью, направление деловых писем.

Таким образом, в качестве состава правонарушения в области недобросовестной конкуренции можно выделить следующие:

- осуществление действия хозяйствующего субъекта или группы лиц;
- действие должно быть направлено на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречие действия законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- действия повлекли за собой причинение действительных или потенциальных убытков у хозяйствующего субъекта - конкурента;
- наличие действительного или потенциального вреда, причиненного деловой репутации хозяйствующего субъекта - конкурента вследствие осуществленных действий.

Дискредитация как одна из видов недобросовестной конкуренции направлена на привлечение клиентов для себя при помощи распространения ложной информации, а также причинение убытков и нанесению ущерба конкуренту. Не соответствующие действительности сведения могут быть распространены в отношении качества товаров и услуг, их количества, а также условий их реализации потребителю.

Бороться с дискредитацией следует посредством обращения в антимонопольную службу или в суд. Только так можно потребовать от правонарушителя возмещения убытков и опровержение порочащих сведений.

2.2 Дезорганизация и способы ее проявления

Одним из способов поведения при недобросовестной конкуренции является дезорганизация работы конкурентов на рынке товаров и услуг. Дезорганизация – это нарушение организованности, упорядоченности или дисциплины в функционировании какого-либо субъекта или системы. Бывают случаи, когда для устранения конкурента с определенного сегмента рынка, как правило иностранного, применяется дезорганизация рынка в целом. Дезорганизация регулируется ст. 14.7 и ст. 14.8 Федерального закона «О защите конкуренции»¹.

Целью дезорганизации является ослабление конкурентоспособности организации, уменьшение спроса на ее продукцию, устранение ее с рынка.

Методы дезорганизации бывают самые разнообразные, далее рассмотрим основные из них.

Демпинг – это продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам. При демпинге цены могут быть не только ниже средних рыночных цен на аналогичные товары и услуги, но и не окупать себестоимость. Целями демпинга являются внедрение хозяйственного субъекта на новый сектор рынка или укрепление положения уже функционирующего субъекта на рынке, а также вытеснение конкурентов. Демпинг осуществляется государством и/или компаниями в расчёте на возмещение в будущем текущих убытков, когда за счёт демпинга будет достигнуто желаемое положение на рынке. Зачастую демпинг используется как разовая акция, для того чтобы реализовать неликвидные товары, либо при срочной необходимости в финансировании, если в этом случае убытки при демпинге будут меньше, чем без его проведения. Если демпинг осуществляется иностранными компаниями, то велик риск того, что следствием его проведения уменьшится количество

¹ О защите конкуренции: федер. закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

рабочих на определенной отрасли рынка, которая подверглась влиянию искусственного занижения цен, на рынке образуется монополия или ослабевает конкуренция, стоимость товаров и услуг становится нестабильной и постоянно скачет, а также образование зависимости внутреннего рынка от иностранных производителей.

Так, например, к концу 60-х годов сложился мировой рынок урана на основе долгосрочных контрактов, который на 80% обеспечивал Департамент энергетики США. Цена природного урана составляла 40 долл. за фунт. Но в 1990 года на мировом рынке появился новый продавец-СССР, который активно продвигал свою продукцию, последовательно увеличивая объем продаж странам-потребителям. В 1991 году СССР реализовал на внешнем урановом рынке товаров и услуг на сумму около 600 млн. долл¹. По данным «Нью-Йорк таймс», урановый импорт в США из СССР возрос со 190 тыс. фунтов в 1988 году до 3 млн. фунтов в 1991 году. В результате цена переработанной урановой руды на рынке США к концу 1991 года упала до 7 долл. за фунт, что вызвало сокращение в несколько раз объемов добычи американского урана. Соответственно, вслед за этим последовали массовые сокращения рабочих мест в уранодобывающей промышленности США, снижение доходов отрасли и сокращение налогов в государственную казну.

Следующим методом дезорганизации является тайная или явная порча товаров или имущества конкурентов, а также его уничтожение. В основном данный метод применяется в двух ситуациях.

Следующим методом дезорганизации является тайная или явная порча товаров или имущества конкурентов, а также его уничтожение. В основном данный метод применяется в двух ситуациях.

Первая ситуация – возникла необходимость обеспечить отток покупателей или клиентов от конкурентов, чтобы в последствие переманить их к себе. Для этого тайным путем продукции конкурента наносится ущерб, например, посредством имитации производственных дефектов, что влечет за

¹ Российский уран держит мир в напряжении // Финанс. изв. 1993 г. № 11. С. 8.

собой ухудшение качества товаров. Покупатель после того, как заметит эти дефекты, считает, что вина лежит на производителе, который на самом деле находится в неведении относительно изъянов в его товарах. В связи с многочисленными недовольствами, производство может подвергнуться незначительной дезорганизации, но возможно и банкротство организации, производящей данную продукцию.

Вторая ситуация – хозяйствующий субъект хочет запугать и изгнать с определенного сегмента рынка конкурента. С этой целью используются явные способы порчи товара или его уничтожения. Примером данного вида поведения при недобросовестной конкуренции является случай, когда французская рыболовная компания вместо добросовестной конкуренции с английскими рыбаками прибегла к кардинальным мерам. Они напали на оптовый рынок Рэнжис под Парижем с целью уничтожения рыбы, выловленной британцами. Аналогичным методом решили действовать шотландцы. Российское рыболовецкое судно «Ромба» перевозило в шотландский порт Питерхед мороженую рыбу из Мурманска. Всего на борту было 170 тонн трески и пикши. 8 марта 1993 года в 14.00 по местному времени судно прибыло в порт. Вечером, около 19.30, около ста человек подошли к причалу, быстро поднялись на борт «Ромбы» и стали выливать на рыбу бензин и дизельное топливо из принесенных с собой канистр. Всего было вылито около 100 литров. После этого нападавшие на судно люди спустились на причал и обрезали ножами швартовы е концы¹. Судно из-за ветра стало отходить от берега. Экипажу с трудом удалось вновь пришвартоваться. Материальный ущерб, нанесенный российским мореходам в связи с порчей груза, составил 250 тыс. фунтов стерлингов. Как впоследствии выяснилось, рыбу на российском траулере испортили шотландские рыбаки-конкуренты, недовольные тем, что в порт иностранными рыбаками поставляется рыба по низким ценам, что подрывает их промысел.

¹ Кривопапов А. Н. В Шотландии на наших рыбаков напали конкуренты // Известия. 1993. № 7. С. 12.

Помимо этого, иногда применяется уничтожение имущества конкурентов с целью дезорганизации их производства.

Кроме порчи товаров применяется такой метод как поджог. Особенно это характерно для аграрного сектора России, где поджогам подвергаются индивидуальные фермерские хозяйства или посевы, им при надлежащие. Поджигателями являются работники коллективных хозяйств, имеющих более низкую продуктивность и рентабельность. В 2013 г. за организацию поджога рыбного завода малочисленных народов Севера «Усчан» был осужден заместитель директора конкурирующего предприятия¹. Ущерб составил 114 миллионов рублей.

Инспирирование забастовки в определенной отрасли или на предприятиях конкурентов. Для проведения забастовки нужны веские причины, такие как низкий уровень заработных плат или выходных пособий на предприятии относительно конкурирующих организаций, не соответствующие нормам трудового законодательства условия труда, техника, не отвечающая требованиям безопасности, недостаточное пенсионное обеспечение, короткая продолжительность отпуска. Если на производстве соблюдаются все нормы и требования законодательства, удовлетворительные условия труда, хорошие заработные платы, инициировать там забастовку очень проблематично, так как сотрудники всем довольны и не заинтересованы в ней.

Существует такое явление как бойкот товаров, инициируют его не работники организации, а покупатели. Выражается такой вид бойкота в нежелании вступать в штат сотрудников и приобретать товары и услуги определенного производителя. Для организации бойкота необходимо либо воспользоваться существующим недовольством потребителей фирмой-конкурентом и ее продукцией, либо сформировать благоприятную почву для появления недовольства. При недобросовестной конкуренции бойкот может

¹ Поджог рыбного завода малочисленных народов севера [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Русспрес». – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1976012>.

распространиться на отдельного производителя, так и на группу изводителей или товаров вне зависимости от их национальной принадлежности.

Например, однажды конкуренты предприняли атаку на компанию «Проктер энд Гэмбл», избрав в качестве объекта нападок ее товарный знак¹. Обвинения, которые были выдвинуты против компании, имели целью затронуть религиозные чувства потребителей, что в свою очередь вело к бойкоту товаров «Проктер энд Гэмбл». Делались заявления, что полумесяц на товарном знаке фирмы является дьявольским символом, и, следовательно, продукцию «Проктер энд Гэмбл» покупать грешно. Помимо этого появился слух о том, что якобы президент «Проктер энд Гэмбл» выступил в телевизионном шоу Фила Донахью с рассказом о том, что он является членом секты сатанистов, и это отражено в логотипе компании. Естественно, эти слухи не имели под собой основания – руководитель P&G никогда не участвовал в данном телешоу и не делал подобных заявлений. После 12 лет судебных разбирательств, судом Солт-Лейк-Сити был признан факт распространения двумя дистрибьюторами Amway ложных слухов о связи «Проктер энд Гэмбл» с сатанизмом. Виновные были приговорены к штрафу в размере 19,25 млн. долларов. В итоге, несмотря на то, что сторонниками «версии сатанизма» не было предоставлено никаких доказательств этого, «Проктер энд Гэмбл», дабы избежать ненужной шумихи сменила эмблему на нынешнюю, представляющую собой лишь две первые буквы названия. Таким образом, компании, в конечном счете, удалось отбить натиск конкурентов и восстановить свое доброе имя, однако на его реабилитацию было истрачено много сил и средств, что на некоторый период дезорганизовало ее работу.

Важным фактором при инспирировании бойкота является конфиденциальность. Организаторы бойкота должны оставаться в тени, иначе, если выяснится, что они выступили в качестве подстрекателей, то они могут

¹ Атака на товарный знак [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Руспрес». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1808471>.

пострадать и понести ответственность за совершенное, так как это является антиконкурентным поведением.

Хакерством является еще одним методом дезорганизации, он определяется как «проникновение в информационные или управляющие компьютерные сети конкурентов с целью их блокирования или организации сбоев в работе»¹. Это один из новейших способов антиконкурентного поведения, который появился в конце 1960-х – начале 1970-х годов, когда компьютеры стали активно использоваться в масштабах всей страны в торговой, банковской, промышленной сфере и т.д. В это же время появились первые производства с непосредственным цифровым управлением в химии и нефтехимии, гибких производственных связей в машиностроении, основанных на базе микропроцессорной техники и управляющих вычислительных комплексов. С целью обмена информацией отдельные компьютеры стали объединять в сети с различным назначением, среди которых появились глобальные, охватывающие практически все страны (такова, например, сеть Интернет), и локальные, поддерживающие технологические и информационные системы принятия решений отдельных предприятий и организаций. В настоящее время интернет настолько внедрился в нашу жизнь, что представить ее без него тяжело. Так же и хозяйствующие субъекты, их функционирование невозможно без глобальной сети.

В связи с чем владельцы и сотрудники некоторых субъектов экономики решили прибегнуть к помощи хакеров. В своей деятельности хакеры преследуют следующие цели:

1. внедрение в компьютерную систему конкурирующей организации для того, чтобы уничтожить ее банк данных;
2. проникновение в управляющую компьютерную систему фирмы-конкурента для того, чтобы впоследствии чинить препятствия в ее работе;

¹ Крысина Л. П. Толковый словарь иностранных слов. М., 1998. С 599.

3. проникновение в компьютерную систему конкурента для постоянного или разового хищения информации с целью раскрытия коммерческой тайны или технологических секретов;

4. внесение в банк данных конкурента ложных сведений с целью его дезинформации¹.

Также сейчас очень популярны вирусные программы, которыми хакеры заражают компьютерные системы, и как следствие работа компьютеров полностью или частично становится дезорганизованной. Вирусы представляют собой вредоносные программы, которые способны копировать сами себя и записывать свой код в другие программы или загрузочный сектор диска. Попав по коммуникационной сети в компьютер конкурента, вирус может долгое время не проявлять себя, а затем, в определенный момент, может разрушить операционную систему или базу данных и самоликвидироваться. Это затрудняет функционирование предприятий. Осознавая это, в средних и крупных организациях, как правило, существует должность специалиста по программному обеспечению, который занимается защитой компьютерных систем от несанкционированного проникновения.

Частым атакам хакеров подвержен Сбербанк. Зампредседатель правления Станислав Кузнецов сообщил, что в ноябре 2018 г. были зафиксированы три адресных атаки, совершенные посредством подменной программы на другую и сокрытия адресов отправителя². Но их удалось отразить, и клиенты банка не пострадали.

Порой для дезорганизации работы конкурента не нужно прибегать к хакерским атакам, достаточно повредить линии связи, аппаратные средства или похитить или разрушить информационные носители. Так, по сообщению журнала «Интеллектуальная собственность», неизвестные взломали двери банка «Барклайз» и унесли магнитные носители информации и

¹ Алавердов А.Р. Руководство по изучению дисциплины «Противодействие кадровым угрозам безопасности организации». М., 2007. С. 80.

² Атака на Сбербанк [Электронный ресурс] // Российское агентство международной информации «РИА Новости». URL: <https://www.ria.ru/doc/1808471>.

микропроцессоры из персональных компьютеров. А еще раньше британские пираты «выпотрошили» 50 компьютеров в конторе одной из фирм в пригороде Лондона¹.

Силовые методы воздействия как метод дезорганизации и воздействия на конкурента широко используются, они могут принимать самые разнообразные формы. Но цель у них всех одна – ввести конкурента в ситуацию, когда он будет паниковать и заставить действовать определенным образом, выдвинув определенные условия. К числу таких методов относятся:

- шантаж, то есть угроза разоблачения или разглашения позорящих сведений о конкуренте;
- угроза насилия над конкурентами или членами их семьи;
- киднэппинг (похищение детей) и захват заложников;
- нанесение побоев или убийство конкурентов;
- взрывы и поджоги имущества конкурентов;
- анонимное обращение в государственные органы (налоговую или пожарную инспекцию, в органы безопасности, прокуратуры, милиции и др.) с целью проведения проверки деятельности конкурентов (при этом могут быть сфабрикованы соответствующие улики), что может привести к дезорганизации работы фирмы-конкурента и упущению выгоды.

Вышеперечисленные методы недобросовестной конкуренции являются уголовно-наказуемые, так как несут наибольшую опасность для личности и всего общества в целом.

Разглашение технологических и иных секретов применяется в отношении компаний-монополистов в определенной сфере рынка, деятельность которых основана на каком-либо секрете производства продукции. Например, «Кока-Кола», держит рецептуру одноименного напитка в строгом секрете. Известно, что количество составляющих напитков компонентов исчисляется несколькими десятками (по некоторым оценкам – до 200) и что компания не запатентовала рецептуру напитка. То есть, если какому-либо лицу или фирме удастся

¹ Жуков А. С. Хакеры // Интеллектуальная собственность. 1995. № 12. С.55.

определить состав газированной воды, то это лицо может запатентовать данный состав и получить на него исключительные права. И все же компания идет на такой риск, так как в случае подачи заявки на патент потребовалось бы обнародовать рецептуру напитка, что, по мнению руководства «Кока-Колы», несет в себе еще большую опасность в связи с возможным массовым изготовлением напитка недобросовестными производителями.

Следующим методом дезорганизации является диффамация. Термин диффамация (от лат. *diffamo* – порчу) означает распространение о ком-либо порочащих сведений. В аспекте антиконкурентных действий «диффамация направлена на подрыв доверия к какому-либо лицу или фирме с целью дезорганизации ее функционирования»¹. Особенно эффективен данный метод недобросовестной конкуренции в банковской сфере и на рынке ценных бумаг, где взаимоотношения между контрагентами в значительной степени основываются на доверии.

Так, специфика работы коммерческого банка заключается в том, что собственные и привлеченные финансовые ресурсы банк направляет в коммерческий оборот, а доля наличных денег, хранящихся в банке, обычно не превышает 3-4%. Это вполне естественно, так как в стабильном режиме функционирования сумма ежедневных депозитных вложений примерно равна сумме изъятий денежных средств, а указанные проценты составляют необходимый резерв для бесперебойной работы банка. Однако если по каким-либо причинам клиенты банка начнут в массовом порядке изымать деньги со своих счетов, то обеспечить ликвидность банку не всегда удастся. Таким образом, может быть подорвано доверие к банку, что в большинстве случаев ведет к его банкротству.

Примером антиконкурентных действий в банковской среде является кризис ликвидности на российском межбанковском рынке и последовавшие за этим события, которые произошли в сентябре 1995 года. В тот период у многих

¹ Потапенко С. В. Диффамация и российская судебная практика в контексте опыта Европейского суда по правам человека. Петроград. 2012. С. 143.

банков возникли трудности, вследствие чего их репутация оказалась под вопросом. И здесь некоторые коммерческие банки воспользовались ситуацией, чтобы «утопить» своих конкурентов. В частности, в газете «Сегодня» был опубликован «черный» список банков, испытывающих трудности с ликвидностью. Тем самым был нанесен значительный ущерб имиджу этих банков и подорвано доверие клиентов к ним. Многие выгодные сделки были расторгнуты, налицо была значительная упущенная выгода. Как сообщил впоследствии Центральный банк, «данные списка не соответствуют действительности»¹. Однако многим банкам это уже не помогло, одни стали полными банкротами, другие потеряли значительное количество клиентов и понесли большой финансовый ущерб.

Таким образом, недобросовестные конкуренты постоянно изобретают новые способы, позволяющие дезорганизовать деятельность предприятий, функционирующих с ними на одном сегменте рынка. Помимо этого, соперничество присутствует и между иностранными и отечественными предпринимателями. Некоторые используют дистанционные методы. Такие как инспирирование забастовки, хакерские атаки, разглашение технологических секретов производства. Другие же прибегают к явной порче имущества или силовым методам воздействия. Но необходимо помнить, что все перечисленные действия караются по закону, за некоторые даже установлена уголовная ответственность в виде лишения свободы. Поэтому при желании получить преимущества в предпринимательской деятельности необходимо использовать только легальные методы.

2.3 Методы борьбы с дискредитацией дезорганизацией

Основу гражданско-правовой ответственности за совершение актов недобросовестной конкуренции составляет принцип генерального деликта, регламентированный в п. 1 ст. 1064 ГК РФ, согласно которому вред,

¹ Бергер М. Д. Надо ли обнародывать коммерческие тайны // Известия. 1995. № 19. С. 33.

причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред¹. Применение этого принципа 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 (п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции)².

Согласно, Обзору практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденному Президиумом ВС РФ 16 марта 2016 г.: «юридические лица и индивидуальные предприниматели как субъекты предпринимательской деятельности вправе защищать свою деловую репутацию путем опровержения порочащих их сведений или опубликования своего ответа в печати, а также заявлять требования о возмещении убытков, причиненных распространением таких сведений»³.

Суды обычно проверяют, являются ли хозяйствующие субъекты конкурентами. Для выяснения того, носят ли распространяемые сведения порочащий характер, рекомендуется назначать экспертизу (например, лингвистическую)⁴.

Заявитель обязан доказывать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, и порочащий характер этих сведений. При этом бремя доказывания того, что распространенные сведения являются достоверными, лежит на распространителе⁵.

¹ Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Собрание законодательства РФ. 2018. № 27.

² Егорова М.А. Возмещение убытков как способ защиты гражданских прав при нарушении антимонопольного законодательства // Lex russica. 2017. № 5. С. 42.

³ Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016 // Справочная правовая система ГАРАНТ. URL: <http://base.garant.ru>.

⁴ Там же.

⁵ Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Собрание законодательства РФ. 2018. № 27.

Т. Пономарёва в своей статье отмечает, что такие сведения должны быть доведены до третьих лиц по отношению к конкурентам, и принести убытки или нанести ущерб деловой репутации. Поэтому не будет являться недобросовестной конкуренцией сообщение ложных, неточных или искаженных сведений о товарах или деятельности определенного хозяйствующего субъекта непосредственно этому лицу.¹

Под убытками в соответствии с ч. 2 ст. 15 ГК РФ понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)². Следовательно, убытками можно признать распространение таких сведения, которые могут повлечь за собой уменьшение количества покупателей у предпринимателя или юридического лица. При этом достаточно только потенциальной возможности причинения убытков.

При взыскании убытков подлежат доказыванию также их состав и размер. В п. 3 ст. 37 Закона о защите конкуренции сказано, что лица, чьи права и интересы пострадали в результате нарушения антимонопольного законодательства, вправе в установленном порядке обратиться в суд с иском о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, и о возмещении вреда, причиненного имуществу³.

В основном удовлетворяют требования о возмещении реального ущерба, к которому могут относиться транспортные расходы, расходы на поставку оборудования, расходы на представительские услуги при рассмотрении дела в антимонопольном органе и суде. По вопросу взыскания с нарушителя

¹ Пономарёва Т. Л. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе // Новая бухгалтерия. 2017. №8. С. 14.

² Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Собрание законодательства РФ. 2018. № 27.

³ О защите конкуренции: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. №31.

антимонопольного законодательства расходов, понесенных потерпевшим субъектом в связи с разбирательством в антимонопольном органе с недавнего времени стали удовлетворяться в случае, если нарушение ответчиком антимонопольного законодательства создало реальную возможность для несения истцом расходов третьих лиц. Убытки могут возникать не непосредственно, а косвенно через создание неблагоприятных условий для деятельности хозяйствующих субъектов - конкурентов. Убытки, причиняемые подобными нарушениями, как правило, имеют косвенный характер и причиняют имущественный вред чаще всего в виде упущенной выгоды¹.

Поскольку имущественные потери при недобросовестной конкуренции возникают в большинстве случаев у прямых конкурентов нарушителя, с которыми он не связан ни договорными, ни хозяйственными отношениями, то и убытки, возникающие в результате антимонопольного нарушения, могут быть компенсированы только в рамках обязательства из причинения вреда или путем предъявления кондикционного иска.

В п. 1 постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»² сказано о том, что деловая репутация юридических лиц является одним из условий их успешного функционирования. При этом далее отмечено, что деловая репутация предприятия, которая заработана в среде аналогичных профессионалов, а также в среде лиц, на которых направлена деятельность организации (например, потребителей товаров, работ, услуг), включает в себя профессиональную репутацию как самой организации, так и ее руководителей.

Согласно п. 1, ст. 152 ГК РФ юридическое лицо вправе в судебном порядке требовать опровержения порочащих его деловую репутацию сведений,

¹ Там же.

² О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 №3 // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2005. – № 13.

если тот, кто распространил таковые, не докажет их соответствие действительности¹. В п. 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 г. №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», сказано, что при отсутствии хотя бы одного из указанных обстоятельств, которые согласно ст. 152 ГК РФ имеют значение для дел данной категории, а именно, факт распространения ответчиком сведений об истце, их несоответствие действительности и порочащий характер, иск не может быть удовлетворен судом.

К сожалению, в основном в делах о недобросовестной конкуренции путем дискредитации, ссылка на ст. 152 ГК РФ отсутствует.

Такими образом, решение об удовлетворении иска о защите чести, достоинства, деловой репутации выносится судом в случае установления совокупности трех условий: сведения должны носить порочащий характер, быть распространены и не соответствовать действительности.

Помимо обращения в суд хозяйствующий субъект, законные права которого нарушены, вправе обратиться в антимонопольный орган с заявлением о проведении проверки.

Антимонопольный орган уполномочен провести административное расследование по делу об административном правонарушении в сфере нарушения антимонопольного законодательства в случае, если будет установлен факт нарушения антимонопольного законодательства, выдать предписание устранить либо прекратить действия, составляющие недобросовестную конкуренцию, устранить последствия нарушения антимонопольного законодательства и привлечь нарушителя к административной ответственности в виде наложения штрафа.

Таким образом, решение антимонопольного органа, в соответствии с которым лицо признано нарушившим антимонопольное законодательство в части совершения действий, признаваемых недобросовестной конкуренцией в

¹ Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Собрание законодательства РФ. 2018. № 27.

форме дискредитации, может стать доказательственной основой для исков о защите деловой репутации.

Если говорить о дезорганизации, как о виде недобросовестной конкуренции, то здесь помимо судебной защиты и обращения в антимонопольную службу для проведения административного расследования, необходимо обозначить и те легальные способы защиты, которые могут применить хозяйствующие субъекты. Способ защиты зависит от формы дезорганизации, которую выбрал недобросовестный конкурент.

Так, например, если речь идёт о целенаправленном переманивании сотрудников в конкурирующую организацию, то средством защиты в таком случае будет поддержание в организации необходимой корпоративной культуры и уровня достатка собственных сотрудников, а также предоставление им возможность для роста внутри организации¹. Защита от хедхантинга в большей мере реализуется в рамках персонального менеджмента, поэтому она сводится к обучению персонала стандартам работы: на какие вопросы и что они могут отвечать, какая информация является закрытой и не подлежит разглашению².

Также сегодня обретает некую популярность заключение соглашения о запрете переманивания кадров. Некоторые компании, опасаясь хедхантинга, пытаются включить в трудовой договор положение, согласно которому работнику запрещается переходить в штат конкурирующей компании. Но в силу закрепленного в п. 7 ст. 31 Конституции РФ права на свободный труд, такое положение юридической силы иметь не будет³.

Таким образом, бороться с переманиванием сотрудников организации должны только путем материального и нематериального стимулирования, создавая им такие условия труда, чтобы работник сам не захотел переходить в другую компанию. Так, например, по возможности можно предоставить автомобиль и, если сотрудник не имеет собственного автомобиля, при этом для

¹ Боярский А. И. Право предпринимателя. М., 2011. С. 225.

² Бояршинова О. А. Найдутся все // Бизнес-журнал. Пермь. 2013. № 7. С. 24.

³ Конституция Российской Федерации : офиц. текст. Москва : Маркетинг, 2014. 39 с.

решения рабочих вопросов приходится много перемещаться. Или немного сократить для сотрудницы продолжительность рабочего дня, потому что ей необходимо забирать ребенка из детского сада.

Для обеспечения безопасности технологических секретов производства можно сделать следующее:

- определить перечень информации, составляющей коммерческую тайну;
- ограничить доступ к ней, закрепив «допущенных» списком;
- урегулировать использование коммерческой тайны работниками и контрагентами;
- нанести на материальные носители (секретные документы) соответствующий гриф¹.

Также рекомендуется разработать положение о коммерческой тайне, которое в обязательном порядке подписывают все сотрудники при устройстве на работу и каждый принимает на себя определенные обязательства в связи с неразглашением сведений, составляющих коммерческую тайну.

Если же факт разглашения коммерческой тайны, следует немедленно составить акт о разглашении конфиденциальной информации. Акт послужит основанием для дальнейшего наказания виновного.²

Следующая форма дезорганизации – демпинг. В случае вывоза товаров из страны за границу по ценам, значительно более низким, чем внутри страны или на мировом рынке, в целях устранения конкурентов и захвата внешних рынков. Страна-импортер с целью защиты от демпинга может облагать импортируемые товары антидемпинговой пошлиной в размере разницы между ценой в стране-экспортере и экспортной ценой.³

Еще один вид демпинга – конкурент по запросу клиента с легкостью дает большую (от 30%) скидку на проект – за счет этого обходя конкурентов по цене. И это с учётом того, что на российском рынке норма прибыли составляет

¹ Андрианов В. В. Обеспечение информационной безопасности бизнеса. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2011. С. 373.

² Там же.

³ Малышева Е. В. Подрывную деятельность запретить / Газета РБК. 2014. № 72. С. 12.

в среднем порядка 25% от себестоимости проекта. Таким образом, давая существенную скидку на проект, конкурент либо будет работать в ноль или в убыток (а это значит, что проекту будет дан меньший приоритет, либо что у компании кассовый разрыв или проблема с продажами – что в обоих случаях плохо для заказчика). Либо – конкурент изначально завысил цену, закладывая возможность для последующей скидки – что так же покажет его в негативном свете клиенту.

Для защиты от хакерской атаки необходимо действовать против мошенников их же методами, используя для этого обман, средства дезинформации и даже вредоносные программы. Например, компания может целенаправленно разместить на одной из своих сетевых площадок чертежи самолёта, намеренно содержащие какие-либо дефекты или технические несоответствия, тем самым обесценивая их стоимость для хакеров, промышленяющих промышленным шпионажем¹. Также можно использовать онлайн-эквивалент химических красителей или, как их ещё называют, «криминалистических маркеров»², которые активно используются в банковской сфере. Такие вещества, попадая на одежду или тело преступника, оставляют трудно устранимые и хорошо заметные следы, что позволяет установить его незаконное проникновение в помещение, контакты с определенными предметами, источниками похищенных материалов и каналами их сбыта. Средство должно показать, что грабитель осуществил целенаправленную атаку на коммуникации конкретного предприятия.

Подводя итоги, можно сказать о том, что недобросовестную конкуренцию составляют, в частности, действия при осуществлении предпринимательской деятельности, способные дискредитировать хозяйствующий субъект, товары или предпринимательскую деятельность конкурента, например, в результате распространения хозяйствующим субъектом непосредственно или через других лиц в любой форме и любыми способами ложных, недостоверных, неточных,

¹ Кафидов В. В. Управление человеческими ресурсами. СПб., 2013. С. 36.

² Там же. С. 43.

искаженных сведений, в т.ч. сведений, которые содержат информацию, порочащую деловую репутацию хозяйствующего субъекта либо его учредителя (участника, собственника имущества) или работника, и (или) могут подорвать доверие к хозяйствующему субъекту как производителю товаров. Помимо этого, одной из форм недобросовестной конкуренции является дезорганизации работы конкурирующего предприятия, которая может выражаться и в хакерских атаках, и в силовых методах воздействия, и в разглашении технологических и секретах производства конкурирующие организации, и в диффамации, и в демпинг, и в такой или явной порчи товаров и имущества конкурентов, и в инспирировании забастовки.

Подводя итог, можно сказать, что вариантов незаконного вмешательства в деятельность конкурента с целью получения необоснованных преимуществ на рынке товаров и услуг, а также причинению убытков конкуренты или нанесения ущерба его деловой репутации, множество.

При этом способом защиты в данном случае будет обращение в антимонопольный орган для устранить либо прекращения действий, составляющих недобросовестную конкуренцию, устранения последствий нарушения антимонопольного законодательства и привлечения нарушителя к административной ответственности. А также обращение в суд с иском о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, и о возмещении вреда, причиненного имуществу.

От дезорганизации существуют и другие способы защиты. С целенаправленным переманиванием сотрудников в конкурирующую организацию и инспирированием забастовки необходимо бороться путём материального и нематериального стимулирования. Для обеспечения безопасности технологических секретов производства необходимо ограничить доступ к информации являющиеся коммерческой тайной и разработать положение о коммерческой тайне. В случае выявления факта разглашения коммерческой тайны нужно составить акт о разглашении конфиденциальной информации. В случае внешнего демпинга необходимо обложить

импортируемые товары антидемпинговой пошлиной, а в случае внутреннего демпинга можно предложить скидку заказчику, но только перед этим просчитать возможные убытки. Для защиты от хакерской атаки необходимо пользоваться средствами дезинформации и вредоносными вирусами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Монополизм, а вслед и антимонопольное регулирование появились еще в Древней Руси. Необходимо было бороться с перекупщиками, которые покупали товары первой необходимости дешевле, а потом продавали намного дороже, в периоды неурожая цены увеличивались в несколько раз.

В последствии страна переживала разные негативные явления в экономике: скупки, стачки, появление трестов и картелей, социализации средней и тяжелой промышленности, и вместе с этим модернизировалось антимонопольное законодательство.

Но так как не было единого нормативно правового акта, в этой сфере всегда были проблемы, которых стало меньше в 2006 г. с принятием Федерального закона «О защите конкуренции», и появления в последствии специального уполномоченного органа – Федеральной антимонопольной службы.

В данном законе недобросовестная конкуренция рассматривается как действия конкурирующего субъекта, целью которых является нанесение ущерба деловой репутации или причинение убытков конкуренту, а также получение необоснованных преимуществ для себя.

Дискредитация и дезорганизация являются формами недобросовестной конкуренции. Они разные по содержанию. Дискредитация представляет собой распространение не соответствующих действительности сведений о конкурента, и подрывающие его репутацию. Дезорганизацией же являются действия конкурента, которые способствуют появлению проблем в деятельности организации, наносят ей ущерб.

По результатам проведенного исследования и с учетом изученной практики в случае дискредитации долины доказываются следующие обстоятельства:

- факт распространения информации относительно товара конкурента или его самого;

- недостоверность (ложность, неточность, искаженность) распространяемой информации;
- наличие конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами;
- действия конкурента были направлены на получение преимущества в предпринимательской деятельности;
- противоречие таких действий положениям законодательства Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- причинение рассматриваемыми действиями (или возможность такого причинения) убытков и/или вреда деловой репутации.

В случае дезорганизации же доказыванию подлежит факт осуществления хозяйствующими субъектом определенных действий разнообразных по форме самостоятельно или посредством привлечения других лиц в отношении конкурента с намерением причинения вреда или нанесению ущерба деловой репутации, а также их противоправный характер.

При этом достаточно только потенциальной возможности наступления негативных последствий для конкурента в результате действий хозяйствующего субъекта.

Формы реализации дезорганизации и виды дискредитирующих сведений достаточно разнообразны. К формам дезорганизации относятся демпинг, инспирирование забастовки на предприятии, разглашение технологических секретов, силовые методы воздействия, хакерство и другие. Исходя из того, на какой объект направлена дискредитация, в законодательстве выделяют следующие ее виды: распространение ложных, бетонных или искаженных сведений в отношении качества и потребительских свойств товара, количества товара или условий его реализации потребителям.

По результатам исследования я пришла к выводу, что при рассмотрении дел о нарушении субъектами законодательства о защите конкуренции. если истцом будут доказаны факты распространения сведений, которые являются

ложными, в силу вступает презумпция несоответствия распространенных сведений действительности и соответственно презумпция виновности распространителя данных сведений. Обязанность опровержения такого предположения возлагается на потерпевших если он желает выиграть дело. С этой целью ответчик должен доказать факт соответствия изложенных им сведений об истце действительности.

Из моментов, которые так и не нашли отражения в тексте статьи 14.1 Закона о защите конкуренции, можно отметить то, что норма приводит в качестве примера сведения именно о товаре конкурента, а не о самом конкуренте. В то же время, исходя из существующей практики, дискредитация часто осуществляется именно распространением сведений о самом конкуренте, а не о его продукции. Необходимо внести изменения, т.к. данное упущение может привести к существенным последствиям для правоприменительной практики, так как перечень сведений является открытым и суды имеют возможность квалифицировать любые порочащие конкурента сведения как дискредитацию, то придется доказывать также наступление неблагоприятных последствий, что соответственно затруднит для Федеральной антимонопольной службы привлечение к ответственности.

Также я считаю, что субъектам, которые подверглись дезорганизации или имеют реальную возможность быть подверженными ей, должно быть дано больше свободы в осуществлении мер по самостоятельной защите. Так как дезорганизации порождает недобросовестную конкуренцию, что вредит не только интересам конкретных субъектов экономики, но и наносит ущерб интересам государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативные и правоприменительные акты

1. Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 дек. 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 дек. 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5 фев. 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июл. 2014 г. № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31

2. Конвенция по охране промышленной собственности: заключена в Париже 20 марта 1883 // Закон. – 1999. – №7. С. 12-103.

3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.18) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

4. О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.07.2006. № 135-ФЗ (ред. от 27.12.2018) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

5. О рекламе [Электронный ресурс] : федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

6. О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 13.07.2015 № 250-ФЗ. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

7. О применении «четвертого антимонопольного пакета» [Электронный ресурс]: письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15. // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. – URL: <http://fas.gov.ru>.

Материалы судебной практики

8. Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда [Электронный ресурс]: Постановление Пленума Верховного

Суда РФ от 20.12.1994 № 10 (ред. от 06.02.2007) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

9. О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3. // Справочная правовая система ГАРАНТ. – URL: <http://base.garant.ru>.

10. Определение Верховного Суда РФ от 26.10.2015 № 307-ЭС15-5345 по делу № А56-17708/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/eFjfg3gfItHJ>.

11. Решение Арбитражного суда Калининградской области от 27 июля 2016 г. по делу № А21-3639/2016 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/VaWItsNwYbVP>.

12. Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа г. Санкт-Петербурга от 29 октября 2015 г. по делу №А56-22094/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – URL: <http://sudact.ru/arbitral/doc/GvdSgtrJohgbVP>.

13. Решение Бурятского УФАС России в г. Улан-Удэ от 12 декабря 2016 г. по делу № 05-11/18-2015 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. – URL: <http://solutions.fas.gov.ru/to/buryatskoe-ufas-rossii/05-11-18-2015>.

14. Решение Комиссии ФАС России по делу № 1-14-61/00-08-14 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной Антимонопольной Службы России. – URL: <http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/08-38665-14>.

Нормативно правовые акты, утратившие силу

15. Закон от 8 сентября 1916 г. «Об уголовной ответственности торговцев и промышленников за повышение цен на предметы продовольствия или необходимой потребности» // Законы о новейших налогах, о гражданской и

уголовной ответственности торговцев и промышленников и другие законы 1914-1916 гг. с необходимыми разъяснениями, алфавитным указателем, инструкциями и образцами прошений (Издание неофиц.). – Изд. Книгоиздательского т-ва «Законы военного времени». – С. 275-276.

16. Именной указ, данный Сенату от 18 октября 1784 года (царствование Екатерины II), «Об учреждении запасных хлебных магазинов в Выборгской Губернии» // ПСЗРИ. Собр. перв. – Т. XXII (1784 – 1788). – Спб. – 1830.

17. Проект закона о синдикатах и трестах 1914 г., разработанный Министерством торговли и промышленности. Неофициально опубликован в юридической газете «Право». – 1914. – № 23.

18. Сенатский указ от 14 января 1725 г. «О продаже съестных припасов во всех городах по умеренным ценам и о воспрещении перекупа пригоняемого в С.Петербург скота и привозимых окрестными жителями припасов и продуктов» (царствование Петра I) // ПСЗРИ. Собр. перв. – Т. VII. Кн.1 – (1723-1727). – Спб. – 1830.

Диссертации и авторефераты

19. Потапенко, С. В. Диффамация и российская судебная практика в контексте опыта Европейского суда по правам человека : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.03 / Потапенко Сергей Викторович. – Краснодар, 2002. 183 с.

20. Рождественская, Е. М. Проконкурентный порядок как институт экономиксизнаний: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / Рождественская Елена Михайловна. – Томск, 2015. – 159 с.

Научная литература

21. Авдашева, С. Б. Экономические основы антимонопольной политики: российская практика в контексте мирового опыта / С. Б. Авдашева, А. Е. Шаститко, Е. М. Калмычкова // Экономический журнал ВШЭ. – 2007. – № 2. – С. 246– 263.

22. Акимова, И. Д. Запрет недобросовестной конкуренции в форме дискредитации [Электронный ресурс] / И. Д. Акимова, Э. А. Гаспарян // LEGAL

INSIGNT. – 2016. – № 9 (55). – URL: http://www.cls.ru/public/data/Articles/Akimova_E.Gasparyan.pdf.

23. Антимонопольная политика и правила отношений с конкурентами [Электронный ресурс] : Электронный журнал Госдепартамента США. – 1999 Т.4. – № 1. – URL: <http://www.infousa.ru/economy/jiee0299.htm>.

24. Бурякова, Л. Е. Законодательство ЕС о злоупотреблении доминирующим положением [Электронный ресурс] /Л. Е. Бурякова // Журнал российского права. – 2000. – № 9. – URL: http://www.juristlib.ru/book_2300.html.

25. Городов, О. А. Прямая дискредитация конкурента как вид недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] / О. А. Городов // Современная конкуренция. – 2010. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pryama-ya-diskreditatsiya-konkurenta-kak-vid-nedobrosovestnoy-konkurentsii>.

26. Егорова, М.А. Возмещение убытков как способ защиты гражданских прав при нарушении антимонопольного законодательства [Электронный ресурс] / М.А.Егорова// Lex russica. – 2017. – №5. – URL: <http://base.garant.ru/55887172>.

27. Демкин, А.В. Западноевропейское купечество в России в XVII в : монография / А. В. Демкин – Москва : Институт российской истории РАН, 1994. – 312 с.

28. Исачева, Е. А. Стратегии борьбы с недобросовестной конкуренцией в России [Электронный ресурс] / Е. А. Исачева // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2010. – № 14 (85). –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-borby-s-nedobrosovestnoy-konkurentsiey-v-rossii>.

29. Качалин, В. К. Международные аспекты антимонопольного регулирования / В. К. Кузьмин //МЭиМО. – 2006. – № 2. С. 40-49.

30. Кирилов, В. В. Правовое регулирование недопущения дискредитации как формы недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] / В. В.

Кирилов // Центральный научный вестник. – 2017. – № 18 (35). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30042530&>.

31. Мишонов, А. С. Основные моменты защиты деловой репутации [Электронный ресурс] / А. С. Мишонов // nozdrya-mishonov.ru. – URL: <http://nozdrya-mishonov.ru/library/articles/85/2033>.

32. Москвитин, О. Б. Недобросовестная конкуренция путем дискредитации [Электронный ресурс] / О. Б. Москвитин // Информационный обзор. – 2016. – URL: <http://www.rospravo.ru/files/news/51560e747e0886d.pdf>.

33. Петров, Д. А. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки [Электронный ресурс] / Д. А. Петров // Бизнес и закон. – 2016. – № 7. – URL: <http://xn7sbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/17084>.

34. Пономарёва, Т. В. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе [Электронный ресурс] / Т. Пономарёва // Новая бухгалтерия. – 2017. – №8. – URL: <https://www.eg-online.ru/article/351445>.

35. Серебряев, И. В. Правовая природа недобросовестной конкуренции: понятие, признаки, формы / И. В. Серебряев // Бизнес, Менеджмент и Право. – 2015. – №1. – С. 36–50.

36. Ривас, Х. Записки автора: размышления на тему знаний и политики конкуренции [Электронный ресурс] / Х. Ривас // Мировая конкуренция. Закон и экономика. – 2004. – № 23. – С. 4-9.

37. Семенов, А. В. Особенности правового положения государственной корпорации / А. В. Семенов, Т. А. Серегина // Право и экономика. – 2008. – № 2. С. 6–15.

38. Ситников, А. К. Недобросовестная конкуренция: дискредитация, введение в заблуждение, некорректное сравнение / А. К. Ситников, К. Ю. Подгузова // Право в экономике. – 2016. – № 3. С. 22–27.

39. Смирнов, А. Д. Государственно-корпоративный сектор и его развитие / А. Д. Смирнов // Экономист. – 2008. – № 1. – С. 6–11.

40. Смирнов, А. Д. Послевоенное возрождение Германии: немецкое экономическое чудо [Электронный ресурс] / А. Д. Смирнов // Научный вестник

ИЭПП. – 2009. – № 16. – URL:
<http://www.iep.ru/files/Nauchniy%20vestnik%20IEPP.ru/a.smimov-16fm.pdf>.

41. Тарасов, И. Т. Очерк науки полицейского права : сочинение / И. Т. Тарасов. – Москва : «Печатня С. П. Яковлева», 1897. – 712 с.

42. Тотьев, К. Ю. Понятие «конкуренция» в антимонопольном законодательстве / К. Ю. Тотьев // Хозяйство и право. – 2011. – № 2. – С. 61–68.

43. Трайнин, А. Н. Тресты, картели и уголовный закон / А. Н. Трайнин // Право. – 1908. – № 39. – С. 2099–2100.

44. Трайнин, А. Н. Хозяйственные преступления (Текст и комментарий к ст. 126-141 Уголовного кодекса РСФСР) / А. Н. Трайнин. – 3-е изд. – Москва : Право и Жизнь, 1925. – 107 с.

45. Яковлев, В. Ф. Экономическое (коммерческое) правосудие в России: в 4 т. / В. Ф. Яковлев, Г. Ю. Семигин; науч. консультант акад. В.Н. Кудрявцев. – Т. 1: Зарождение и развитие коммерческого правосудия : (XII – XIX вв.) / отв. ред. Л.Н. Алисова. – М. : Мысль, 2004. – 702 с.

Учебная литература

46. Алавердов, А.Р. Руководство по изучению дисциплины «Противодействие кадровым угрозам безопасности организации» : учебник / А. Р. Алавердов – Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2007. – 413 с.

47. Белявский, Н. Н. Полицейское право : конспект лекций / Н. Н. Белявский. – Юрьев : Академия, 1904. – 195 с.

48. Венедиктов, А. В. Картели и синдикаты / А. В. Венедиктов // Избр. труды по гражданскому праву (классика российской цивилистики.) : в 2 т. Москва : Статут, 2004. – Т.1. – 520 с.

49. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Городов // – Москва : Статут, 2008. – URL: <https://www.lawmix.ru/commlaw/453>.

50. Еременко, В.И. Правовое регулирование конкурентных отношений в России и за рубежом : учебное пособие / В. И. Еременко. – Москва : Папирус, 2016. – 259 с.

51. Каминка, А. И. Основы предпринимательского права : учеб. пособие для вузов / А. И. Каминка ; под ред. и с предисл. В.А. Томсинова. – Москва : Статут, 2012. – 335 с.

52. Князева, И. В. Антимонопольная политика в России : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Нац. экономика» / И. В. Князева. – 2-е изд., перераб. – Москва : Омега-Л, 2007. – 402 с.

53. Парашук, С. А. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции и монополии) : учебник для вузов / С. А. Парашук. – Москва : Юрист, 2002. – С. 210.

54. Писенко, К. А. Развитие антимонопольного права: от механизмов противодействия локальным спекулятивным монополиям до современной системы антимонопольного регулирования : учеб. пособие для вузов / К. А. Писенко. – Москва : Статут, 2010. – 325 с.

55. Тотьев, К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий) : учебник для вузов / К. Ю. Тотьев. – Москва : Папирус Про, 2003 . С . 273.

Источники на иностранном языке

56. Immenga, U., in: Rebmann, K. / Säcker, F.J. / Rixecter, R., Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 10: Internationales Privatrecht, 3. Auflage, München, 1998, nach § 37, Rn. 90.

57. Senti, R. / Conlan, P. „WTO. Regulation of World Trade after the Uruguay Round“, Zürich 1998, P. 36ff.; Jackson, J. H., „The World Trade“, Cambridge, Massachusetts, 1997, P.36ff.

Материалы из средств массовой информации

58. Поджог рыбного завода малочисленных народов севера [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Руспрес». – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1808471>.

59. Атака на свербанк [Электронный ресурс] // Российское агентство международной информации «РИА Новости». – URL: <https://www.ria.ru/doc/70912345>.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Юридический институт
Кафедра предпринимательского, конкурентного и финансового права

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 И. В. Шишко

подпись инициалы, фамилия

« 01 » 07 2019 г.


БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ДИСКРЕДИТАЦИЯ И ДЕЗОРГАНИЗАЦИЯ КАК ФОРМЫ
НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

40.03.01. Юриспруденция

Научный руководитель  01.07.19 ст. преподаватель А. С. Кочелорова

подпись, дата должность, ученая степень, инициалы, фамилия

Выпускник  01.07.19 Е. В. Шевченко

подпись, дата инициалы, фамилия

Консультант:  01.07.2019 д.ю.н., профессор И.В.Шишко

подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2019