
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В РОССИИ

Полухина Ирина Валерьевна, канд. экон. наук, доц.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394018; e-mail: ivp_87@mail.ru

Цель: анализ актуальных проблем развития недобросовестной конкуренции в России. Это позволит расширить представление о недобросовестной конкуренции, составе недобросовестных действий и экономических последствиях. *Обсуждение:* в предположении, что в последнее время активно прослеживаются процессы концентрации бизнеса и возникновения корпоративных согласований в отношении ценообразования, экономически или технологически необоснованного сокращения производства товаров регулярного спроса, навязывание невыгодных договорных условий и прочие аспекты, авторы предлагают уделять более пристальное внимание проблемам развития недобросовестной конкуренции на рынках. Подчеркивается значимость деятельности государственных структур, направленной на предотвращение монополизации рынков, регламентации и координации действий исторических естественных монополий, недопущения недобросовестной конкуренции и дискриминационных условий на рынке. *Результаты:* рассмотрено нормативно-законодательное обеспечение, формы недобросовестной конкуренции в международной и отечественной практике, систематизированы историко-логические аспекты развития правового регулирования недобросовестной конкуренции в России.

Ключевые слова: антимонопольная деятельность, недобросовестная конкуренция, правовое регулирование, состав недобросовестных действий, отечественная и зарубежная практика.

DOI: 10.17308/meps.2016.4/1417

1. Введение

Экономические реалии последних лет диктуют новые вызовы российской экономики. Хозяйствующие субъекты выступают необходимыми социально-экономическими элементами системы хозяйствования, важнейшими структурными инструментами ускорения экономического роста и инвестиций. Введенные рядом стран и действующие в настоящий момент времени экономические санкции ограничивают доступ хозяйствующих субъектов

к международному рынку капитала и технологий. В этой связи все больше организаций, стремящиеся поддержать свои конкурентные преимущества, заняты поиском возможностей для выживания на рынке, альтернативных источников оптимизации деятельности.

В последнее время активно прослеживаются нарастающие процессы концентрации бизнеса и возникновения корпоративных согласований в отношении ценообразования, экономически или технологически обоснованного сокращения производства товаров регулярного спроса, навязывание невыгодных договорных условий и прочие аспекты. В связи с этим усиливается деятельность государственных структур, направленная на предотвращение монополизации товарных рынков, регламентацию и координацию действий исторически существующих естественных монополий, недопущение недобросовестной конкуренции и дискриминационных условий на рынке. Особое место среди проблем антимонопольного регулирования занимает контроль недопущения злоупотреблений субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке, наличия соглашений хозяйствующих субъектов и ведения согласованных действий хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию.

Чтобы принимать оптимальные управленческие и организационные решения антимонопольной и другими уполномоченными службами, связанные с предотвращением развития недобросовестной конкуренции, для достижения наилучшего эффекта хозяйственной деятельности и обеспечения недискриминационных условий ведения бизнеса на российских рынках нужна постоянная осведомленность о состоянии недобросовестной конкуренции, распространенных нарушениях со стороны хозяйствующих субъектов, существующих проблемах ее развития. Достичь высоких результатов антимонопольная служба может, опираясь не только на статистический анализ правонарушений, но и на теоретические и методические разработки в области анализа недобросовестной конкуренции.

Исследование проблемы показало недостаточную научно-методическую обеспеченность анализа недобросовестной конкуренции, в особенности по такому актуальному вопросу, систематизация актуальных проблем ее развития на различных рынках. Актуальность выявленных проблем и научно-практическая значимость исследований и одновременно недостаточная разработанность отдельных положений в теоретическом и практическом аспектах определили выбор темы исследования, его цель и задачи.

Целью научного исследования является анализ экономической сущности и актуальных проблем развития недобросовестной конкуренции на различных рынках для раскрытия возможных последствий и недопущения (снижения) злоупотреблений со стороны хозяйствующих субъектов в сфере защиты конкуренции.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие

задачи: систематизировать действия хозяйствующих субъектов, подпадающих под недобросовестную конкуренцию в международной практике, провести историко-логический анализ развития правового регулирования недобросовестной конкуренции в России, раскрыть сущность и существующие формы недобросовестной конкуренции, характерные для российской практики.

2. Методология исследования и обсуждение результатов

В современной экономике конкурентные отношения выступают одним из направлений регулирования финансово-хозяйственных процессов, распределения ресурсов, удовлетворения интересов потребителей, благоприятно воздействуют на экономическое развитие и поддержание высокого уровня конкуренции на рынке [18]. Осуществление деятельности на товарном рынке различными компаниями зачастую влечет борьбу за лидерство и потребительский спрос для максимизации прибыли. Все это создает конкурентную среду между участниками рынка, стимулирует хозяйствующих субъектов развивать качество производимых и реализуемых товаров, работ и оказываемых услуг, задумываться о конкурентоспособной цене, ассортименте и потребительских сервисах, что позволит поддерживать и (или) наращивать бизнес.

В международной деловой практике понятие «недобросовестной конкуренции» впервые было употреблено во Франции в начале XIX века, а само явление сформировалось в период становления рыночных отношений [15]. Позднее явление появилось и в других странах как описание теневой и нелегальной конкуренции на рынке [9, 20]. В условиях настоящего времени мировая общественность обычно понимает под недобросовестной конкуренцией любые целенаправленные действия одного из участников рынка против конкурента, осуществляемые запрещенными и противоречащими обычаям делового оборота методами. Анализ состава недобросовестных действий, подпадающих под недобросовестную конкуренцию в мировой практике, представлен в табл. 1.

Таблица 1

Анализ действий субъектов хозяйствования, подпадающих под недобросовестную конкуренцию в международной практике

Название целенаправленного действия	Характеристика
Осуществление политики, направленной на устранение нежелательных конкурентов	Основано на психологической борьбе за покупателя. Обычно сопровождается формированием ажиотажного спроса, мнением о повышении цены на товар, обманом при покупке (обвес, обмер), продажей низкосортного товара по ценам высококачественного. Также возможно уклонение от уплаты налогов, что позволяет использовать демпинговые методы борьбы с конкурентами.

Название целенаправленного действия	Характеристика
Введение в заблуждение покупателей и конкурентов	Ведение бизнеса под чужим именем, торговым наименованием, несоответствие рекламных характеристик реальным свойствам товара. Некорректное сравнение производимых товаров с товарами конкурентов.
Силовое воздействие на конкурентов и распространение о них ложных сведений	Может сопровождаться похищением людей, шантажом, ликвидацией бизнеса или нанесением существенного ущерба. Дискредитация, распространение порочащей информации о руководстве или товарах.
Хищение результатов и разработок	Промышленный шпионаж и другие методы.
Привлечение к сотрудничеству персонала фирмы-конкурента	Путем анализа существующих противоречий в коллективе по служебному положению, заработной плате, социальным условиям происходит переманивание обученных сотрудников высокой квалификации.
Нечестное сотрудничество с поставщиками сырья и сбытовыми организациями	Проявляется в регулировании объемов закупки для лишения конкурентов материалов и сырья, вытеснения с рынков продаж или сокращения числа клиентов.

Материалы табл. 1 показывают, что противодействовать появлению недобросовестной конкуренции невозможно успешно без привлечения законодательного регулирования. В 1883 г. выходит Парижская конвенция по охране промышленной собственности, затем возникают специальные законы о недобросовестной конкуренции в США (1890 г.), Германии (1909 г.) и других странах. В 1980 г. принята резолюция Генеральной ассамблеей ООН 35/63 по комплексу согласованных между различными странами равноправных принципов ведения деловой практики и контроля ограничительных действий. Комплекс не носит обязательного характера, но является единственным многосторонним документом, подчеркивающим важность пресечения проявлений недобросовестной конкуренции.

Для России понятие недобросовестной конкуренции проявило особую актуальность в условиях становления и развития рыночных отношений и условий хозяйствования. Поэтому правовое регулирование недобросовестной конкуренции является сравнительно молодым явлением [10, 13]. Результаты историко-логического анализа развития правовых основ недобросовестной конкуренции в отечественной экономической и антимонопольной практике представлены в табл. 2.

Стоит подчеркнуть, что в 1995 г. на пятом совещании Межгосударственного совета по антимонопольной политике стран СНГ был принят проект широкого технического сотрудничества, направленного на содействие свободной конкуренции и ее защите в странах содружества.

**Историко-логический анализ развития правового регулирования
недобросовестной конкуренции в России**

Временной этап	Ключевые законодательные и нормативные положения	Сущность и характеристика недобросовестной конкуренции
Зарождение понятия «недобросовестная конкуренция»	Закон РСФСР от 24.12.1990 г. № 443–1 «О собственности в РСФСР» (п. 9 ст. 2) Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик (п. 3 ст. 5).	Первые законодательные определения. Недобросовестная конкуренция возникает вследствие злоупотребления монопольным или иным доминирующим положением, использования недобросовестных методов предпринимательства.
Становление законодательного регулирования недобросовестной конкуренции	Закон РСФСР от 22.03.1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»	В ст. 10 Закона устанавливался запрет на недобросовестную конкуренцию, содержание которой раскрывалось через перечень форм недобросовестной конкуренции. Поддержка конкуренции гарантируется Конституцией Российской Федерации, является одной из основ конституционного строя, постоянным приоритетом государственной политики.
Укрепление свободы экономической безопасности и недопущение недобросовестной конкуренции	Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.)	Ст. 8 Конституции закрепляет свободу экономической деятельности, а в силу п. 2 ст. 34 Конституции РФ не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.
Совершенствование законодательных основ, характеристика норм, правил, последствий нарушений	Федеральные законы от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [18], от 30.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»	Ст. 4 определяет недобросовестную конкуренцию как любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам. В ст. 14 Закона установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, в том числе по исключительным правам на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации. Также существуют запреты на модели поведения, создающие препятствия добросовестной конкуренции.

Рассмотрим детально отечественный подход к сущности недобросовестной конкуренции. Согласно Федеральному закону № 135-ФЗ «О защите конкуренции» от 28.12.2013 г. конкуренция представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1, 6].

Тем не менее есть ряд отраслей, которые исторически в отечественной экономике являются естественными монополиями или субъек-

тами, занимающими доминирующее положение на рынках. К ним традиционно относятся отрасли транспортировки нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам, транспортировка газа по трубопроводам, услуги по производству и передачи электрической и тепловой энергии, железнодорожные перевозки, услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов, услуги общедоступной электрической и почтовой связи и другие [14]. Стремление хозяйствующих субъектов достичь максимальную прибыль может приводить к установлению необоснованно высокой или низкой цены на товары, работы и услуги, нести согласованные действия и вступление в ограничивающие конкуренцию соглашения, ведение недобросовестной конкурентной борьбы на рынке. В связи с этим возникает потребность в государственном контроле и предупреждении подобных правонарушений. Цель недобросовестной конкуренции состоит в попытке остановить конкурента, помешать получить преимущество нечестными и запрещенными методами. Предпосылками возникновения недобросовестной конкуренции являются одновременное наличие в действии субъекта активностей, противоречащих требованиям законодательства, честности, справедливости, разумности практики делового оборота; действия должны иметь исключительно негативные последствия для компаний-конкурентов; должна присутствовать мотивированная направленность на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности [4, 12, 16]. Отсутствие одного из условий, как правило, не позволяет оценивать действия хозяйствующего субъекта как недобросовестные. Анализ форм недобросовестной конкуренции, прописанных в ст. 14 Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции», представлен в табл. 3.

Таблица 3

Сущность и существующие формы недобросовестной конкуренции

Классификационные признаки	Содержание недобросовестной конкуренции
Цель	<ul style="list-style-type: none"> ➤ получение преимущества на рынке путем осуществления действий в отношении конкурента или конкурентов нечестными и запрещенными методами
Характерные черты и направления проявления	<ul style="list-style-type: none"> ➤ действия носят противоправный и аморальный характер ➤ действия влекут негативные последствия в виде причинения материальных убытков или ущерба деловой репутации конкретному хозяйствующему субъекту ➤ участником отношений является заинтересованный субъект, в обязательном порядке должна присутствовать направленность на приобретение преимуществ ➤ участником отношений не выступает орган государственной власти страны ➤ бездействие не расценивается как недобросовестная конкуренция, оцениваются активные предпринятые действия конкурентов

Классификационные признаки	Содержание недобросовестной конкуренции
Формы деятельности	<ul style="list-style-type: none"> ➤ распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг

Рассмотрим подробно формы недобросовестной конкуренции в России.

Во-первых, распространение ложных, неточных или искаженных сведений о конкуренте, его товарах и услугах позволяет нанести убытки путем привлечения потребителей к собственной продукции. Дискредитация деловой репутации может иметь существенные негативные последствия для развития бизнеса в будущем, а потерпевшим в данном случае может стать и сам потребитель. Деловую репутацию потерпевшая сторона может защищать в суде общей юрисдикции или через арбитражный суд.

Во-вторых, введение потребителей в заблуждение относительно изготовителей, характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара. Используется с целью создания ложных и неточных впечатлений о товаре. В отличие от дискредитации ложные сведения затрагивают не конкурента, а собственные товары, работы и услуги. В качестве инструмента используются данные опросов, маркетинговых исследований, экспертные заключения, реклама и прочее. Это позволяет честному конкуренту недополучить клиентов, снижается добросовестность коммерческой практики. Ярким примером может служить заблуждение относительно места изготовления, названия производителя, введение в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной собственности. В ряде случаев это связано с распространением заведомо ложной информации о составе потребительских свойств, наличия химических компонентов и прочих добавок в собственных товарах, в то время как у конкурентов они отличаются.

В-третьих, использование утверждений, содержащих некорректное

сравнение товаров или услуг различных производителей, представляется в виде положительного или отрицательного упоминания. Критика товара конкурента может расцениваться как дискредитация его делового имиджа, позитивное упоминание может давать недобросовестному участнику рынка возможность присвоения чужой репутации. Распознается потребителем, содержит обычно утверждения о превосходстве и уникальности продукции, что может не отвечать действительности, так как это неподдающиеся проверке субъективные потребительские характеристики. Зачастую внедряется через недобросовестную, неэтичную и недостоверную рекламную кампанию [8, 11].

Затем стоит отметить продажу, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг. Норма контроля нарушений этой формы направлена на недопущение нарушения использования исключительных прав. Предполагает запрет на применение к коммерческой деятельности без согласия владельца товарного знака и фирменного наименования (полного и частичного копирования). Нередко происходят подобные явления, поскольку это является сравнительно недорогим способом реализации маркетинговой стратегии пользования достижениями лидеров рынка, популярных брендов и инноваций компаний. Выражается также в применении плагиата шрифтов, визуального восприятия, конструкций упаковки, цветовых компонентов, что позволяет через заимствования успешно продавать продукцию, максимально схожую с конкурентами [2]. Результаты интеллектуальной собственности и средства индивидуализации охватывают все объекты авторского права, смежных прав и промышленной безопасности и включают произведения литературы, искусства, открытия и достижения, программные продукты, инновационные изобретения, уникальные базы данные и др. Поэтому в конкурентной борьбе важное место отводится созданию средств индивидуализации продукции и услуг, бизнесу юридического лица [5].

Также проявлением недобросовестной конкуренции служит получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну, прежде всего, связанную с недопущением «промышленного шпионажа» [7]. Провести четкую границу к распределению информации по блокам не всегда представляется возможным, поскольку одни и те же сведения могут быть отнесены в зависимости от их конкретного содержания и оформления к разным видам информации и не всегда будут представлять коммерческую тайну. Научно-техническая информация должна быть воплощена в конкретных изобретениях, произведениях, находить место в отчетах, заключениях, рабочих моделях, тестовых образцах. Согласно ст. 139 Гражданского кодекса РФ информация подлежит отнесению к коммерческой тайне, она представляет коммерческую ценность в силу ее неизвестности третьим лицам, а ее обладатель предпринимает меры по ее охране.

В заключение коснемся недопущения приобретения и использования исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг. Решение антимонопольного органа по нарушениям положений в части индивидуализации продукции направляется в федеральный орган исполнительной власти в области патентов и товарных знаков для досрочного решения о прекращении действия исключительного права или о признании регистрации этого объекта недействительной в порядке, установленном законодательством о товарных знаках и знаках обслуживания [3]. Нарращивание рыночной доли путем использования неправомерного восприятия у покупателей на бренды своей продукции сокращает затраты на продвижение товара на рынок, позиционирование и рекламу, но является формой недобросовестной конкуренции [17, 19].

Стоит подчеркнуть, что перечень форм недобросовестной конкуренции, прописанных в российском законодательстве, не является исчерпывающим, правоприменительная практика позволяет рассмотреть подпадают ли конкретные деяния под недобросовестные или нет. В последнее время редко недобросовестная конкуренция сопровождается реальным ущербом в виде утраты имущества, а все чаще возникают отрицательные последствия в виде упущенной выгоды или дополнительных расходов для восстановления нарушенного права и деловой репутации. 5 октября 2015 года подписан Президентом РФ Закон 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты РФ. Анализ внесенных изменений в части запрета на недобросовестную конкуренцию, которые будут применяться в 2016 году, представлен в табл. 4.

Таблица 4

Анализ нормативных изменений Закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в части недобросовестной конкуренции, вступающих в силу в 2016 году

Статья	Недобросовестная конкуренция	Раскрытие содержания недобросовестных действий на рынках
141	Дискредитация	В отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже другим субъектом-конкурентом, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей; количества товара, предлагаемого к продаже другим субъектом, наличия товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар; условий, на которых предлагается к продаже товар другим субъектом-конкурентом, в частности цены товара.

Статья	Недобросовестная конкуренция	Раскрытие содержания недобросовестных действий на рынках
142	Введение в заблуждение	В отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей; количества товара, предлагаемого к продаже, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар; места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя; условий, на которых товар предлагается к продаже, в частности цены такого товара.
143	Некорректное сравнение	Сравнение с другим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение. Сравнение с другим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены. Сравнение с другим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности субъекта-конкурента и (или) его товара.
144	Приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ, услуг	Решение антимонопольного органа о нарушении положений части 1 настоящей статьи в отношении приобретения и использования исключительного права на товарный знак направляется заинтересованным лицом в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности для признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку.
145	Использование результатов интеллектуальной деятельности	Действия по продаже, обмену или иному введению в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности, за исключением средств индивидуализации, принадлежащих субъекту-конкуренту.
146	Создание смещения	Незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смещения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории РФ, путем его использования в сети Интернет; копирование или имитация внешнего вида товара, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом или иных элементов.

Статья	Недобросовестная конкуренция	Раскрытие содержания недобросовестных действий на рынках
147	Незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну	Получение и использование информации, обладателем которой является другой субъект-конкурент, без согласия лица, имеющего право ею распоряжаться; использование или разглашение информации, обладателем которой является другой субъект-конкурент, вследствие нарушения условий договора с лицом, имеющим право ею распоряжаться; использование или разглашение информации, обладателем которой является другой субъект-конкурент и которая получена от лица, имеющего или имевшего доступ к информации вследствие выполнения служебных обязанностей, если не истек установленный законом или договором срок ее неразглашения.

Из последних дел, находящихся на рассмотрении в Федеральной антимонопольной службе в сфере недобросовестной конкуренции, стоит отметить дело от 21 сентября 2015 года, возбужденное Санкт-Петербургским УФАС России в отношении КБ «Гагаринский» (АО) по признакам нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 ФЗ «О защите конкуренции». Основанием для возбуждения дела по признакам недобросовестной конкуренции на рынке банковских вкладов граждан послужило заявление вкладчика, в котором он сообщал об ухудшении КБ «Гагаринский» потребительских свойств уже открытых в этом банке вкладов по сравнению с первоначально заявлявшимися свойствами. Согласно представленной гражданином информации такое ухудшение произошло в результате введения КБ «Гагаринский» комиссии за внесение пополнений во вклады. В состав комиссии по рассмотрению дела в отношении КБ «Гагаринский» на паритетной основе включены представители Центрального банка Российской Федерации. Следует напомнить, что в центральном аппарате ФАС России рассматривается ряд похожих дел, в том числе дело по признакам недобросовестной конкуренции АО «Тинькофф Банк», который в одностороннем порядке снизил размер процентной ставки, начисляемой на суммы пополнения вкладов граждан. А также дело ООО КБ «Транспортный» в связи с введением запрета на внесение денежных средств на счета уже открытых гражданами пополняемых вкладов. Также 11 августа 2015 года ФАС России возбудила дело о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения ООО «Управляющая Компания Т2 Рус» (бренд Tele2) абзаца первой части 1 статьи 14 ФЗ «О защите конкуренции», выразившемся в распространении информации, наносящей вред деловой репутации ПАО «Вымпел-Коммуникации», ПАО «Мобильные ТелеСистемы» и ПАО «МегаФон» при проведении акции «Сезон открыт». Эти и многие другие дела наглядно демонстрируют активность антимонопольной службы в сфере пресечения недобросовестной конкуренции.

3. Заключение

Процесс принятия оптимального единственно верного решения в отношении недобросовестных действий хозяйствующих субъектов со сторо-

ны антимонопольной службы во многом строится на результатах анализа лучших правоприменительных практик как российских, так и зарубежных, а также четком понимании процессов и содержания форм существования недобросовестной конкуренции на российских рынках. Описанные в статье подходы дают представление о ключевых направлениях исследования вопросов, связанных с формированием комплексного представления о проблемах развития и направлениях пресечения недобросовестной конкуренции в России. По результатам исследования стоит отметить, что при избрании способа защиты от недобросовестных действий хозяйствующему субъекту следует анализировать недобросовестное поведение конкурентов, возможность применения мер их административного пресечения и т.п. Безусловно, как и во многих странах в России, есть ряд структурных проблем, связанных с коррупцией в государственных структурах, что содействует недобросовестной конкуренции и часто используется в конкурентной борьбе. Однако за последнее время сделано много шагов, сокративших правонарушения в этой сфере, ведется активная работа над искоренением первопричин путем повышения прозрачности и открытости ведения дел. К административным способам защиты следует отнести пресечение недобросовестной конкуренции, что выступает одним из ключевых направлений Федеральной антимонопольной службы России. Она осуществляет контроль и надзор соблюдения законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках, защиту конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы, а также контроль соблюдения законодательства о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд.

Список источников

1. Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., Кузнецов Б.В. Конкуренция и структура рынков: что мы можем узнать из эмпирических исследований о России // *Российский журнал менеджмента*, 2006, т. 4, по. 4, с. 3-22.
2. Башлаков-Николаев И.В. *Меры принуждения в сфере защиты конкуренции*. Доступно: <http://www.novosibirsk.fas.gov.ru>. (дата обращения: 13.03.2016)
3. Гарасим Ю.И. Государственная политика борьбы с недобросовестной конкуренцией: антидемпинговая и антимонопольная политика // *Новый университет. Серия «Экономика и право»*, 2012, по. 12, с. 55-58.
4. Городов О.А. Понятие и общая характеристика недобросовестной конкуренции // *Современная конкуренция*, 2009, по. 6, с. 15-25.
5. Даурова Т.Г. Плачевное состояние конкуренции в России: кто виноват и что делать // *Российское конкурентное право и экономика*, 2014, по. 2, с. 52-69.
6. Еременко В.И. Об изменениях в антимонопольном законодательстве Российской Федерации // *Законодательство и экономика*, 2009, по. 1, с. 41-45.
7. Исайчева Е.А. Стратегии борьбы с недобросовестной конкуренцией в России // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*, 2010, по. 14, с. 162-165.
8. Кац Д.О., Маккорми Д.Л. *Ненадлежащая реклама как одна из форм недобросовестной конкуренции*. Москва, Лаборатория книги, 2010.
9. Качалин В.В. Международные аспекты антимонопольного регулирования // *Мировая экономика и международные отношения*, 2006, по. 2, с. 40-90.

10. Князева И.В. *Антимонопольная политика в России*. Москва, Омега-Л, 2011.
11. Козина О.Г. Проблемы установления рекламораспространителя при квалификации нарушения по статье 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // *Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: материалы Междунар. научн.-практ. конф.*, Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2015, с. 15-19.
12. Котов С.В. О законодательстве Российской Федерации в сфере защиты от недобросовестной конкуренции // *Имущественные отношения в Российской Федерации*, 2010, no. 9, с. 27-38.
13. Петров Д.А. *Конкурентное право: теория и практика применения*. Москва, Юрайт, 2013.
14. Полухина И.В., Сергеев И.Н. Антимонопольное регулирование договорных отношений с участием субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке // *Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: материалы Междунар. научн.-практ. конф.*, Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2015, с. 45-47.
15. Портер М. *Конкуренция*. Москва, Вильямс, 2010.
16. Скляр Р.В. Недобросовестная конкуренция: понятие и общая характеристика // *Имущественные отношения в Российской Федерации*, 2014, no. 2, с. 11-23.
17. Турбинова Е.И. Право на конкуренцию как предмет актов недобросовестной конкуренции // *Вестник Пермского университета. Юридические науки*, 2015, no. 2, с. 76-87.
18. Фатхутдинов Р.А. Концепция новой теории управления конкурентоспособностью и конкуренцией // *Современная конкуренция*, 2007, no. 1, с. 73-86.
19. Цветкова М.В. Право на защиту от недобросовестной конкуренции // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*, 2010, no. 10, с. 28-32.
20. Ярочкин В.И., Буданова Я.В. *Системы защиты предпринимательства: защита от недобросовестной конкуренции*. Москва, Издатель академический проект фонд «Мир», 2012.

ACTUAL PROBLEMS OF EVALUATION UNETHICAL COMPETITION OF BUSINESS UNITS IN RUSSIA

Polukhina Irina Valeryevna, Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394018;

e-mail: ivp_87@mail.ru

Purpose: article is devoted to the analysis of actual problems of development of unfair competition in Russia. It will allow to expand idea of unfair competition, structure of unfair actions and economic consequences.

Discussion: in the assumption that recently processes of concentration of business and emergence of corporate coordination concerning pricing, economically or technologically unreasonable reduction in production of goods of regular demand, imposing of unprofitable contractual conditions and other aspects are actively traced, authors suggest to pay closer attention to problems of development of unfair competition in the markets.

The importance of the activity of government institutions directed to prevention of monopolization of the markets, a regulation and coordination of actions of historically natural monopolies, prevention of unfair competition and discrimination conditions in the market is emphasized.

Results: standard and legislative providing, forms of unfair competition in the international and domestic practice is considered, historical and logical aspects of development of legal regulation of unfair competition in Russia are systematized.

Keywords: antimonopoly activities, unethical competition, legal regulation, structure of unethical actions, national and international practice.

Reference

1. Avdasheva S.B., Shastitko A.E., Kuznetsov B.V. Konkurentsia i struktura rynkov: chto my mozhem uznat' iz empiricheskikh issledovanii o Russia. *Russian Journal of Management*, 2006, vol. 4, no. 4, pp. 3-22. (In Russ.)
2. Bashlakov-Nikolaev I.V. Mery pri-nuzhdeniia v sfere zashchity konkurentsii. Available at: <http://www.novosibirsk.fas.gov.ru>. (accessed: 13.03.2016) (In Russ.)
3. Garasim Iu.I. Gosudarstvennaia politika bor'by s nedobrosovestnoi konkurentsiei: antidempingovaia i antimonopol'naia politika. *Novyi universitet. Seriia «Ekonomika i pravo»*, 2012, no. 12, pp. 55-58. (In Russ.)
4. Gorodov O.A. Poniatie i obshchaia kharakteristika nedobrosovestnoi konkurentsii. *Sovremennaia konkurentsia*, 2009, no. 6, pp. 15-25. (In Russ.)
5. Daurova T.G. Plachevnoe sostoianie konkurentsii v Rossii: kto vinovat i chto delat'. *Rossiiskoe konkurentnoe pravo i ekonomika*, 2014, no. 2, pp. 52-69. (In Russ.)
6. Eremenko V.I. Ob izmeneniiakh v antimonopol'nom zakonodatel'stve Rossiiskoi Federatsii. *Zakonodatel'stvo i ekonomika*, 2009, no. 1, pp. 41-45. (In Russ.)
7. Isaicheva E.A. Strategii bor'by s nedobrosovestnoi konkurentsiei v Rossii. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Filo-*

sofiia. *Sotsiologiya. Pravo*, 2010, no. 14, pp. 162-165. (In Russ.)

8. Kats D.O., Makkormi D.L. *Nenedlezhshaia reklama kak odna iz form nedobrosovestnoi konkurentsii*. Moscow, Laboratoriia knigi, 2010. (In Russ.)

9. Kachalin V.V. Mezhdunarodnye aspekty antimonopol'nogo regulirovaniia. *Mirovaia ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniia*, 2006, no. 2, pp. 40-90. (In Russ.)

10. Kniazeva I.V. *Antimonopol'naia politika v Rossii*. Moscow, Omega-L, 2011. (In Russ.)

11. Kozina O.G. Problemy ustanovleniia reklamorasprostraniteliia pri kvalifikatsii narusheniia po stat'e 18 Federal'nogo zakona ot 13 marta 2006 g. № 38-FZ «O reklame». *Aktual'nye voprosy razvitiia konkurentnoi politiki, sovershenstvovaniia pravoprimenitel'noi praktiki presecheniia nedobrosovestnoi konkurentsii i nenedlezhshaiei reklamy: materialy Mezhdunar. nauchn.-prakt. konf. Voronezh*, Publ. VSU, 2015, pp. 15-19. (In Russ.)

12. Kotov S.V. O zakonodatel'stve Rossiiskoi Federatsii v sfere zashchity ot nedobrosovestnoi konkurentsii. *Imushchestvennye otnosheniia v Rossiiskoi Federatsii*, 2010, no. 9, pp. 27-38. (In Russ.)

13. Petrov D.A. *Konkurentnoe pravo: teoriia i praktika primeneniia*. Moscow, Iurait, 2013. (In Russ.)

14. Polukhina I.V., Sergeev I.N. Antimonopol'noeregulirovanie dogovornykh

otnoshenii s uchastiem sub"ektov, zanimaiushchikh dominiruiushchie polozhenie na rynke. *Aktual'nye voprosy razvitiia konkurentnoi politiki, sovershenstvovaniia pravoprimenitel'noi praktiki presecheniia nedobrosovestnoi konkurentsii i nenedlezhshaiei reklamy: materialy mezhdunar. nauchn.-prakt. konf. Voronezh*, Publ. VSU, 2015, pp. 45-47. (In Russ.)

15. Porter M. *Konkurentsii*. Moscow, Vil'iams, 2010. (In Russ.)

16. Skliar R.V. Nedobrosovestnaia konkurentsii: poniatie i obshchaia kharakteristika. *Imushchestvennye otnosheniia v Rossiiskoi Federatsii*, 2014, no. 2, pp. 11-23. (In Russ.)

17. Turbinova E.I. Pravo na konkurentsiiu kak predmet aktov nedobrosovestnoi konkurentsii. *Vestnik Permskogo universiteta. Iuridicheskie nauki*, 2015, no. 2, pp. 76-87. (In Russ.)

18. Fatkhutdinov R.A. Kontseptsiiia novoi teorii upravleniia konkurentosposobnost'iu i konkurentsiei. *Sovremennaia konkurentsiiia*, 2007, no. 1, pp. 73-86. (In Russ.)

19. Tsvetkova M.V. Pravo na zashchitu ot nedobrosovestnoi konkurentsii. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2010, no. 10, pp. 28-32. (In Russ.)

20. Iarochkin V.I., Budanova Ia.V. *Sistemy zashchity predprinimatel'stva: zashchita ot nedobrosovestnoi konkurentsii*. Moscow, Publ. «Mir», 2012.