

УДК 343.533.6

Дынник Юлия Сергеевна

студентка РГУП, Восточно-Сибирский филиал, г. Иркутск

Рязанцева Виктория Дмитриевна

студентка РГУП, Восточно-Сибирский филиал, г. Иркутск

Власова Елена Львовна

Научный руководитель, к.п.н., доцент

РГУП, Восточно-Сибирский филиал, г. Иркутск

ПРОЯВЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ

***Аннотация:** В данной статье рассмотрена недобросовестная конкуренция как результат функционирования самой конкуренции на отраслевых рынках. Проведен анализ подходов к трактовке понятия «недобросовестная конкуренция».*

***Ключевые слова:** хозяйствующий субъект, недобросовестная конкуренция, товар, рынок, товарный рынок, нечестная конкуренция.*

Dynnik Julia Sergeevna

student of the Russian State Unitary Enterprise, East Siberian branch, Irkutsk

Ryazantseva Victoria Dmitrievna

student of the Russian State Unitary Enterprise, East Siberian branch, Irkutsk

Vlasova Elena Lvovna

Scientific adviser, Ph.D., associate professor

RGUP, East-Siberian branch, Irkutsk

MANIFESTATIONS OF UNFAIR COMPETITION IN COMMODITY MARKETS

***Annotation:** This article considers unfair competition as a result of the functioning of competition itself in industry markets. The analysis of approaches to the interpretation of the concept of "unfair competition"*

Keywords: *business entity, unfair competition, product, market, commodity market, unfair competition.*

Свобода экономической деятельности хозяйствующих субъектов не должна приводить к недобросовестной конкуренции.

Для успешного усвоения материала, дадим определения необходимым понятиям. Итак, определение хозяйствующих субъектов даётся в ФЗ -135 в ст.4 п.5, хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

Рынок – это процесс, который с помощью взаимодействия спроса и предложения приводит к образованию цены.

Товар – это любая вещь (объект гражданских прав), которая участвует в свободном обмене на другие вещи. Иными словами, это продукт, произведённый для продажи.

В соответствии со ст.4 п.4 ФЗ от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

За всей этой громоздкой конструкцией скрывается простая идея: товар — это то, что потребитель признает товаром и не готов заменить на

иную продукцию. Если потребитель готов заменить одну продукцию на другую, кардинально отличающуюся от нее по характеристикам (например, молоко на чай), то эти виды продукции составляют группу взаимозаменяемых товаров и определяют так называемые продуктовые границы рынка. Если покупатель не готов заменить товар на аналогичный (например, кефир на йогурт), то эти товары признаются обращающимися на различных рынках. Таким образом, в центре определения «товарный рынок» находится субъективное мнение потребителя, выявить которое — задача антимонопольного органа.

Определение товарного рынка включает в себя как продуктовые границы рынка (вводимый в гражданский оборот товар (работы, услуги)), так и географические границы товарного рынка (территория, в границах которой лицом осуществляется введение в гражданский оборот товара (работ, услуг)). Основы правового определения понятия «недобросовестная конкуренция» были заложены в международном праве. В соответствии с п. 2 ст. 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 г. актом недобросовестной конкуренции признается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.¹

Недобросовестную конкуренцию зачастую именуют нечестной. Нечестная конкуренция представляет собой способы укрепления рыночного положения фирмы, связанного не с повышением качества и эффективности производства, а с использованием таких методов как: ложная информация; реклама, вводящая в заблуждение; установление дискриминационно низких цен или коммерческих условий; промышленный шпионаж.

¹ Конвенция по охране промышленной собственности: заключена в Париже 20 марта 1883 г. (в ред. от 2 октября 1979 г.) // Закон. 1999 № 7

Рассмотрим пример недобросовестной конкуренции. Предположим, хозяйствующий субъект на официальном сайте в сети «Интернет», в печатных СМИ и на телевидении распространил информацию о сравнении производимых им товаров с товарами конкурентов, в которой наглядно прослеживается превосходство товаров этого хозяйствующего субъекта, не имеющее на то объективных обоснований. В данной ситуации применим Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 16.02.2022) "О защите конкуренции", а конкретно ст.14.3. Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения, которая гласит о том, что не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром.

Применительно к недобросовестной конкуренции под некорректным следует понимать неточное и неправильное сравнение. Примером этого может служить сравнение «автомобили БМВ намного превосходят автомобили ВАЗ». В данном сравнении характеристики, по которым один автомобиль превосходит другой, такие как, например, скорость, управляемость, вместимость не упоминаются, и параметры, которые действительно можно было бы проверить, отсутствуют.

Следует учитывать, что выявление в сравнении ложных утверждений относится либо к дискредитации, либо к введению потребителей в заблуждение. В связи с этим, как самостоятельную форму недобросовестной конкуренции следует рассматривать такое сравнение, которое неправильно по своей форме, а не по содержанию. Некорректное сравнение может быть двух видов: негативное и позитивное. При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится принизить товары конкурента и положительно охарактеризовать свои. Такое сравнение строится по формуле «мой товар лучше, чем аналогичный у конкурента» и иное.

Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее, применяя высказывание такого вида, как «мой товар так же хорош, как и товар другого лица». В данном случае недобросовестный конкурент получает преимущества как от введения в заблуждение потребителей, так и от использования репутации другого лица.

Таким образом, любое действие, направленное на создание недобросовестной конкуренции, запрещены в силу гл. 2.1. ФЗ 135. Важно отметить, что конкуренция является неотъемлемой частью рыночной экономической системы. Антимонопольными органами пресечено большое количество соответствующих нарушений. Проблема недобросовестной конкуренции на сегодняшний день, несомненно, играет важную роль по причине использования хозяйствующими субъектами противоправных действий с целью получения определенных преимуществ на конкурентном рынке. Необходимо подчеркнуть, что выгоды отдельных недобросовестных предпринимателей существенно затрудняют гражданский оборот и приводят к снижению темпов развития рыночной экономики.

Использованные источники:

1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности: заключена в Париже 20 марта 1883 года // Закон. 1999. № 7.
2. Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31 (ч. 1), ст. 3434.
3. Гаврилов Д. А. Недобросовестная конкуренция. Подходы к определению и перспективы развития правового регулирования // Конкурентное право. 2011. № 1.