

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/30882>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Предпринимательское право

СОДЕРЖАНИЕ:

Введение 3

1. Конкуренция и недобросовестная конкуренция 6

1.1. Правовая охрана конкуренции 6

1.2. Понятие недобросовестной конкуренции и ее форм 15

2. Характеристика некоторых форм недобросовестной конкуренции 22

2.1. Дискредитирующие и вводящие в заблуждение формы недобросовестной конкуренции.

Некорректное сравнение 22

2.2. Формы недобросовестной конкуренции, связанные с незаконным использованием средств индивидуализации или использованием результатов интеллектуальной деятельности. Смещение с товарами конкурента 36

2.3. Незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну 53

3. Проблемы и перспективы развития противодействия недобросовестной конкуренции 57

3.1. Проблемные аспекты форм недобросовестной конкуренции 57

3.2. Перспективы развития правового регулирования форм недобросовестной конкуренции 65

Заключение 75

Библиографический список 80

Введение

Актуальность темы данной работы обусловлена тем, что одной из важнейших задач конкурентной политики государства, предусмотренных в Программе развития конкуренции в России, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 19 мая 2009 г. N 691-р, является повышение эффективности защиты конкуренции от антиконкурентных действий хозяйствующих субъектов и органов власти посредством совершенствования антимонопольного регулирования.

2

Антиконкурентные, или ограничивающие конкуренцию, действия хозяйствующих субъектов в основном подлежат преследованию путем запрещения и пресечения правонарушений, именуемых монополистической деятельностью.

Объектом данной работы являются отношения, возникающие в связи с недобросовестной конкуренцией. Данный институт включает в себя различные аспекты - социальные, экономические, культурные, правовые.

Предметом исследования данной работы являются нормы действующего законодательства и иные нормативные правовые акты, запрещающие недобросовестную конкуренцию, практика их применения, а так же научная и учебная литература по теме исследования.

1. Конкуренция и недобросовестная конкуренция

1.1. Правовая охрана конкуренции

Ключевым элементом социально-экономического развития государства является конкурентная политика, цель которой заключается в создании развитой конкурентной среды, обеспечивающей сочетание конкурентоспособных, эффективных предприятий с защитой экономических интересов потребителей.

Неразвитость конкурентной среды способствует сознательному и устойчивому ограничению производства и торговли хозяйствующими субъектами, в связи с чем обнаруживается потребность использовать как меры антимонопольного регулирования (защитные меры), так и меры, стимулирующие развитие конкурентной среды.

При таких обстоятельствах защита прав субъектов в сфере предпринимательской деятельности как разновидность административно-правового регулирования в указанной области является

одной из важных составляющих воздействия на общественные отношения, главным из которых выступает правовой режим обеспечения конкуренции.

Содержание правового режима (элементы) образуют носители режима (правовые образования и институты); режимные правовые средства (дозволения, запреты, обязывания, санкции, правовые акты); режимные правила (нормативные предписания, акты применения права); субъекты режима (лица, которым адресованы соответствующие нормы); организационно-юридические гарантии (должностные лица, обеспечивающие соблюдение режима; санкции за его нарушение).

Статья 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» определяет конкуренцию как 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 (далее - Закон N 135-ФЗ, Закон о защите конкуренции).

Соответственно, правовой режим обеспечения конкуренции - это система правовых средств и методов воздействия, создающих требуемое социально-правовое состояние объектов воздействия, направленное на обеспечение их устойчивого функционирования.

Последовательное использование государством правовых средств в рамках данного режима способствует развитию предпринимательской деятельности, позволяющей хозяйствующим субъектам добиваться получения собственной прибыли и одновременно способствующей

З

развитию производства и удовлетворению интересов потребителей товаров, работ, услуг участников хозяйственных отношений и общества в целом.

В большей части правовой режим конкуренции включает в себя меры, направленные на предупреждение и пресечение нарушений антимонопольного законодательства, и восстановление нарушенных в результате данных действий прав и законных интересов хозяйствующих субъектов и иных заинтересованных лиц.

Данный режим связан с необходимостью проведения мероприятий по надзору и контролю, установлением запретов на принятие определенных решений и осуществление определенных действий (предварительное согласование сделок (действий) с субъектом, осуществляющим административно-правовое регулирование, - антимонопольным органом).

Из указанного следует значительный объем полномочий антимонопольной службы не только по проверке представленных документов на соответствие действующему законодательству, но и по рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства, по результатам которых нарушителям выдаются обязательные для исполнения предписания, виновные привлекаются к административной ответственности (глава 6 Закона о защите конкуренции).

Отношения в области реализации контрольно-надзорных мероприятий, защиты прав хозяйствующих субъектов урегулированы нормами Федерального закона от 26.12.2008 N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и нормативно-правовыми актами Федеральной антимонопольной службы.

Действия антимонопольного органа по осуществлению контрольных мероприятий могут быть предприняты им как по собственной инициативе в рамках имеющихся полномочий, так и по обращению хозяйствующих субъектов и иных лиц, права которых нарушены.

В сфере правового обеспечения конкуренции и применения антимонопольного законодательства можно выделить две группы субъектов данного режима: 1) хозяйствующие субъекты, публичные органы, в отношении которых осуществляется государственный антимонопольный контроль; 2) хозяйствующие субъекты, права которых нарушены или могут быть нарушены монополистическими действиями других хозяйствующих субъектов.

1.2. Понятие недобросовестной конкуренции и ее форм

В российской доктрине институт недобросовестной конкуренции рассматривается, как правило, в рамках конкурентного права как самостоятельной отрасли либо в рамках предпринимательского права в разделе, посвященном конкуренции.

Указанное связано, с одной стороны, с позицией российского законодателя, поместившего нормы о недобросовестной конкуренции вместе с положениями, касающимися защиты от монополистической деятельности. Так, Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции» распространяется на отношения, связанные с защитой конкуренции, в том числе с

предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

4

Таким образом, отечественный законодатель пошел по пути европейской системы антимонопольного регулирования (ограничения и контроля монополистической деятельности).

Как следствие, российское конкурентное право - публичное по своему характеру.

Указанное сосуществование институтов в рамках одного акта не всеми авторами признается эффективным. Например, С.А. Паращук считает, что подобное совмещение фактически способствует смешению сфер регулирования антимонопольного законодательства и законодательства о защите от недобросовестной конкуренции (происходит отождествление недобросовестной конкуренции с монополистической деятельностью).

С другой стороны, в юридической научной литературе приводятся и иные доводы, подтверждающие, по мнению ученых, место этого института в рамках конкурентного права. Так, В.Ф. Попондопуло считает, что недобросовестная конкуренция - это один из составов монополистической деятельности (монополистическая деятельность, по мнению автора, квалифицируется как правонарушение), которая в свою очередь также распадается на ряд подсоставов.

А.Н. Варламова пишет, что запреты на недобросовестную конкуренцию наряду с запретами на монополистическую деятельность относятся к разновидности запретов в конкурентном законодательстве.

Иная точка зрения у О.А. Городова, который рассматривает институт недобросовестной конкуренции в рамках права промышленной собственности. Это, по его мнению, связано с тем, что участники гражданских отношений наделяются правом на пресечение недобросовестных конкурентных действий, которое по своей природе относится к разряду субъективных гражданских прав, имеющих абсолютный характер. Еще одним аргументом О.А. Городова против совмещения институтов правового регулирования монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции являются различные цели этих институтов: у первого - это «ограничения», а у второго - «запрет».

В российском законодательстве термин «недобросовестная конкуренция» несет в себе определенный негативный аспект, о чем свидетельствует включение в его определение этических категорий (добропорядочность, разумность и справедливость).

В российском законодательстве очерчиваются пределы недобросовестной конкуренции - это необоснованные преимущества в области предпринимательской деятельности. В научной юридической литературе предпринимаются попытки сузить эти пределы путем перечисления конкретных сфер предпринимательской деятельности. Например, некоторые авторы полагают, что данная сфера должна ограничиваться областью торговли, другие - торговли, промышленности, сельскохозяйственного производства и т.д.

2. Характеристика некоторых форм недобросовестной конкуренции

2.1. Дискредитирующие и вводящие в заблуждение формы недобросовестной конкуренции.

Некорректное сравнение

Дискредитация. Статья 14.1. ФЗ «О защите конкуренции» устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации. Данная норма дополняет ранее

5

действовавший запрет на подобное проявление недобросовестной конкуренции, установленный в п. 1 ч. 1 ст. 14 Закона о защите конкуренции.

Положения новой нормы в полной мере корреспондируют с подп. 2 п. 3 ст. 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в соответствии с которым недобросовестной конкуренцией признаются ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную либо торговую деятельность конкурента.

Таким образом, Законом о защите конкуренции впредь акцентирована недопустимость дискредитации хозяйствующим субъектом своего конкурента в форме распространения недостоверных сведений (так называемая прямая дискредитация).

Применение данной нормы требует понимания образующих ее составных частей, а именно терминов «распространение», «ложная, неточная, искаженная информация».

В соответствии с Постановлением Пленума ВС РФ от 24 февраля 2005 г. N 3 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 должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу. Сообщение таких сведений лицу, которого они касаются, не может признаваться их распространением, если лицом, сообщившим данные сведения, были приняты достаточные меры конфиденциальности, с тем чтобы они не стали известными третьим лицам.

В ключе изложенного следует иметь в виду, что не всякое распространение не соответствующих действительности сведений, дискредитирующих другой хозяйствующий субъект, может быть признано актом недобросовестной конкуренции, а лишь такое, которое непосредственно способно оказать влияние на конкуренцию, т.е. непосредственно предоставить лицу, распространившему информацию, преимущества над конкурентами и причинить им убытки либо вред деловой репутации.

Критерии ложности, неточности, искаженности применительно к информации вообще и в контексте статьи 14.1. ФЗ «О защите конкуренции» в частности не имеют законодательного разъяснения, в связи с чем имеют свойство категорий оценочных. Между тем исходя из общего значения слов в русском языке можно предположить, что ложность означает полное несоответствие заявленной информации действительности. 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 потребителей. Неточность - это распространение хозяйствующим субъектом информации о хозяйствующем субъекте - конкуренте не в полном объеме, что не позволяет всесторонне ее воспринять, получить исчерпывающе верное представление об излагаемых факте, действии или событии применительно к данному хозяйствующему субъекту.

6

Таким образом, если хозяйствующим субъектом осуществляется распространение информации тем или иным способом, доступным для фиксации, в отношении хозяйствующего субъекта - конкурента и таким лицом не будет доказана достоверность распространяемой информации, то такие действия подлежат квалификации в качестве недобросовестной конкуренции.

При этом с учетом приведенной выше правовой позиции ВС РФ для признания недобросовестной конкуренции может быть достаточен факт направления одного письма контрагенту хозяйствующего субъекта - конкурента с дискредитирующей информацией (ложной или искаженной). Такое письмо с учетом его содержания потенциально может оказать влияние на получателя и направлено на переманивание потребителя в пользу недобросовестного участника рынка.

Так, Московским УФАС России было установлено, что ЗАО «ИЦ ГОЧС «БАЗИС» направило в адрес контрагента ООО «НПО «СОДИС» и ЗАО «ИЦ ГОЧС «БАЗИС» - ФГУП «Спорт-Инжиниринг» письмо от 16 апреля 2014 г. исх. N 418, в котором в том числе содержалась следующая информация: «ранее проектную документацию СМИС по этим объектам («Казань-Арена», «Зенит-Арена») разрабатывала компания ООО «НПО «СОДИС». На стадии разработки рабочей документации Заказчиком было выявлено множество существенных недостатков в документации ООО «НПО «СОДИС», не позволяющих создать систему на объекте и сдать ее надзорным органам. В конкурентной борьбе наша компания была выбрана для переработки документации и разработки рабочей документации... Дополнительно сообщаем, что ООО «НПО «СОДИС» выполняло работы по реализации СМИС на ряде олимпийских объектов в г. Сочи. На сегодняшний день СМИС ни на одном из этих объектов не прошла комплексные испытания в составе органа повседневного управления РСЧС».

2.2. Формы недобросовестной конкуренции, связанные с незаконным использованием средств индивидуализации или использованием результатов интеллектуальной деятельности. Смешение с товарами конкурента

Приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации. Содержание статьи 14.4 ФЗ «О защите конкуренции» концептуально повторяет ранее действующую норму ч. 2 ст. 14 Закона о защите конкуренции. Единственные изменения имеют редакционный характер и будут рассмотрены ниже.

В качестве недобросовестной конкуренции рассматриваются действия, связанные с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Следует отметить, что для целей применения данного законодательного запрета следует рассматривать исключительно совокупность действий по приобретению и использованию исключительных прав на средство индивидуализации, а не одно из них. На данный факт было обращено внимание в п. 63 Постановления Пленумов ВС РФ и ВАС РФ от 26 марта 2009 г. N 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Термин «приобретение» исключительных прав на средства индивидуализации понимается исходя из соответствующих положений ГК РФ. Так, приобретением исключительных прав на фирменное наименование в соответствии со ст. 1474 ГК РФ является государственная регистрация

7

юридического лица и указание фирменного наименования в его учредительных документах.

Приобретением исключительных прав на товарный знак является его государственная регистрация и получение свидетельства (ст. ст. 1477, 1480 ГК РФ), а также его приобретение по договору об отчуждении исключительных прав в соответствии со ст. 1490 ГК РФ.

Под использованием исключительных прав на средства индивидуализации исходя, в частности, из ст. 1483 ГК РФ, понимается в том числе их размещение на этикетках, упаковках товаров, в документации, в доменных именах, т.е. выполнение ими непосредственной задачи по отличию их обладателя и реализуемых им товаров (услуг) от других хозяйствующих субъектов и их товаров (услуг).

Однако для целей применения положений статьи 14.4 ФЗ «О защите конкуренции» под недобросовестным приобретением исключительных прав на средства индивидуализации понимаются действия хозяйствующего субъекта, выразившиеся в умышленном приобретении исключительных прав на обозначение, которое уже определенное время использовалось конкурентом в качестве средства индивидуализации своей деятельности, производимых и реализуемых товаров, приобрело определенную узнаваемость у потребителей. При этом в случае недобросовестного приобретения исключительных прав на товарный знак такое обозначение ранее не было зарегистрировано в установленном порядке в качестве товарного знака, несмотря на широкое его использование его обладателем в предпринимательской деятельности.

2.3. Незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну

Статья 14.7 ФЗ «О защите конкуренции» содержит запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну. Данная форма недобросовестной конкуренции связана с информацией, которая составляет коммерческую или иную охраняемую законом тайну. Запрет недобросовестной конкуренции, связанный с нарушением режима «охраняемой законом тайны», ранее содержался в ст. 14 Закона о защите конкуренции, однако статья 14.7 ФЗ «О защите конкуренции» существенно его детализировала, предусмотрев три конкретных примера недобросовестных действий.

В первом случае речь идет о совокупности недобросовестных действий по получению и использованию охраняемой тайны лицом, которое не имело законного доступа к тайне. То есть информация считается полученной недобросовестно, если ее получение осуществлялось с преодолением принятых ее обладателем мер по охране конфиденциальности и при этом лицо, получающее информацию, знало или имело достаточные основания полагать, что информация составляет тайну. При этом воля обладателя информации на предоставление нарушителю доступа к конфиденциальной информации отсутствовала.

Во втором случае лицо имело право доступа к тайне на основании договора с другим хозяйствующим субъектом, однако нарушило условия обращения с соответствующей информацией и использовало ее в своих интересах или разгласило третьим лицам. Иными

словами, речь идет о нарушении условий использования информации, составляющей тайну, непосредственно лицом, которое получило доступ к информации по воле обладателя.

3. Проблемы и перспективы развития противодействия недобросовестной конкуренции

8

3.1. Проблемные аспекты форм недобросовестной конкуренции

Рассмотрим проблемные аспекты недобросовестной конкуренции и их форму в банковской сфере. Этот вопрос достаточно актуален, так как банки играют значительную роль в современной экономике. Их положение определяется тем, что, с одной стороны, они выполняют ряд публично значимых функций, а с другой - являются полноправными участниками гражданских отношений. От политики, проводимой банками, зависит в числе прочих факторов и стабильность гражданского оборота. Чем более в своей деятельности банки руководствуются не только законодательными предписаниями, но и требованиями добросовестности и разумности, тем больше доверия к ним со стороны клиентов, тем выше благосостояние банков, тем более устойчив гражданский оборот. При этом добросовестность должна проявляться как по отношению к действительным и потенциальным клиентам, так и по отношению к конкурентам. Реальность такова, что государству приходится применять целый ряд запретительных и дозволильных мер, с тем чтобы обеспечить соблюдение добросовестности поведения участников гражданского оборота и банков в том числе.

Добросовестность - это категория, необходимая для восполнения пробелов законодательства. Невозможно представить себе, чтобы тот или иной нормативный акт регулировал отношения столь тщательным образом, чтобы предусматривать все варианты развития конкретной жизненной ситуации. Жизнь, как правило, гораздо многообразнее, чем модели, предлагаемые законодательством.

Требование добросовестности поведения означает общую направленность поведения субъектов на надлежащее и полное исполнение возложенных на них обязанностей, полноценное осуществление прав, не нарушающее сферу интересов других субъектов. Правоприменитель имеет возможность оценить поведение субъекта с позиций соблюдения принципа добросовестности даже в тех случаях, когда формально поведение соответствует нормам действующего законодательства, но не этическим нормам.

Банки призваны обеспечивать гарантированное Конституцией Российской Федерации свободное движение финансовых средств, и их деятельность должна строиться на основе конкуренции. Недобросовестное поведение и, в частности, недобросовестная конкуренция запрещаются. В банковской сфере довольно большое значение имеет добросовестность как принцип деятельности и доверие между банком и клиентами, а также другими участниками гражданских отношений. Доверие со стороны формируется длительный период времени, требует значительных вложений, тем не менее обеспечивает банкам стабильный доход.

Возникает закономерный вопрос о том, можно ли управлять добросовестностью, то есть не только сформировать представления о добросовестности, но и действительно обеспечить добросовестное поведение субъектов регулирования, учитывая, что добросовестность - это в первую очередь этическая категория. В статье 1 Гражданского кодекса Российской Федерации устанавливается обязанность действовать добросовестно для участников гражданских отношений, предусматривается запрет извлекать преимущество из своего недобросовестного поведения.

Кроме того, в статье 10 ГК РФ в качестве общего предела указывается на недопустимость заведомо недобросовестного осуществления гражданских прав (злоупотребление правом).

Устанавливая запреты недобросовестного поведения, а значит, и ответственность, право, конечно же, может влиять на вектор деятельности субъектов гражданских отношений. Однако, в силу того

9

что добросовестность является и нравственной категорией, важно, чтобы сам субъект осознавал необходимость поведения, соответствующего этическим нормам.

Как правило, крупные банки руководствуются в своей деятельности не только нормами законодательства, но и кодексами корпоративной этики, которые направлены на формирование добросовестного поведения как внутри компании, так и по отношению к клиентам, партнерам, конкурентам, государственным органам. Так, например, подобный кодекс использует Сбербанк России. Пункт 3.1 Кодекса корпоративной этики Сбербанка определяет, что «во взаимоотношениях с нашими партнерами и конкурентами мы действуем в соответствии со

стандартами справедливой конкуренции и лучшими практиками ведения бизнеса. Банк соблюдает законы о конкуренции во всех странах ведения бизнеса. Выбирая партнеров для оказания услуг, выполнения работ или поставки товаров, Банк соблюдает принципы равноправия, справедливости и отсутствия дискриминации».

3.2. Перспективы развития правового регулирования форм недобросовестной конкуренции
Антимонопольным законодательством выделяется особая группа антиконкурентных действий, для которых характерно преобладание правовых критериев антиконкурентности над экономическими. Речь идет о недобросовестной конкуренции (гл. 2.1 ФЗ «О защите конкуренции»), для которой кроме экономических неблагоприятных последствий в виде получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности в результате их совершения характерно наличие ряда противоправных признаков, таких как: 1) противоречие содержания совершенного действия законодательству РФ, обычаям делового оборота; 2) его противоречие принципам добропорядочности, разумности и справедливости; 3) причинение или угроза причинения совершенным действием убытков другим хозяйствующим субъектам-конкурентам или нанесение или угроза нанесения вреда деловой репутации других хозяйствующих субъектов-конкурентов в результате совершения акта недобросовестной конкуренции.

Акты недобросовестной конкуренции (гл. 2.1 ФЗ «О защите конкуренции») и отдельные виды злоупотребления доминирующим положением, осуществляемые путем совершения односторонних действий (п. п. 2, 4 и 9 ч. 1 ст. 10 ФЗ «О защите конкуренции») являются яркими примерами антиконкурентных действий, осуществляемых в фактической форме, совершаемых без согласования с контрагентами и обладающих признаками нарушения антимонопольного законодательства.

Юридическая техника, используемая законодателем в отношении актов недобросовестной конкуренции (гл. 2.1 ФЗ «О защите конкуренции»), обладает определенной особенностью. Сама глава 2.1 ФЗ «О защите конкуренции» устанавливает открытый перечень актов недобросовестной конкуренции. Статья 14.8 ФЗ «О защите конкуренции» содержит прямое указание на недопустимость иных форм недобросовестной конкуренции наряду с предусмотренными статьями 14.1 - 14.7 ФЗ «О защите конкуренции». Вместе с тем содержание и юридическая техника запретов недобросовестной конкуренции, регламентированных указанными статьями, не оставляет сомнений в том, что к ним должен применяться правовой режим запретов *per se*, то есть в отношении актов недобросовестной конкуренции, так же как и в отношении картелей, действует неопровержимая презумпция ограничения конкуренции. Однако установление законодателем открытого перечня актов недобросовестной конкуренции заставляет усомниться в том, что в отношении них действует правовой режим запретов *per se*, так как перечисление

10
запретов в порядке закрытого перечня оснований является необходимым условием применения запретов *per se*.

Дефиниция понятия «недобросовестная конкуренция», содержащаяся в п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции», в качестве актов недобросовестной конкуренции признает любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. Другими словами, недобросовестная конкуренция в противовес понятию «конкуренция», определение которого дано в п. 7 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции», создает, а не исключает или ограничивает возможность каждого из хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Этот же самый признак - создание возможности для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке - является одним из критериев безусловного ограничения конкуренции, регламентированным в п. 17 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции», устанавливающим систему признаков ограничения конкуренции.

Заключение

Итак, наибольшее количество правонарушений в сфере недобросовестной конкуренции связано с использованием известных товарных знаков либо сходных с ними до степени смешения обозначений для маркировки поддельных (контрафактных) товаров, выдаваемых за товары истинного производителя. Количество поддельных товаров растет из года в год, это огромный урон, который наносят обществу да и самим себе недобросовестные производители поддельных товаров. Материалы, затраты времени, труда и денежных средств на изготовление поддельной продукции превращаются в ничто. И тем не менее различные проявления недобросовестной конкуренции, как показывает практика, не только не уменьшаются, но и продолжают нарастать. Предпринимательская деятельность, как известно, всегда сопряжена с риском, вследствие чего потеря деловой репутации и убытки возможны как при соблюдении, так и несоблюдении правил поведения хозяйствующих субъектов на рынке. В частности, у лица, чье торговое заведение находится в местах значительного скопления людей, априори больше преимуществ в предпринимательской деятельности, чем у того, чье заведение находится в малолюдном месте. С другой стороны, если предприниматель использует новое высокопроизводительное оборудование, позволяющее снизить себестоимость и повысить качество товаров, это дает ему возможность уменьшить продажную стоимость товаров на рынке, что может быть истолковано как демпинг, подпадающий под один из признаков недобросовестной конкуренции.

Библиографический список

Нормативные правовые акты:

11

1. Конвенция по охране промышленной собственности. Заключена в Париже 20.03.1883. Закон, N 7, 1999.
2. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ // Российская газета, N 238-239, 08.12.1994.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 1.
5. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434.
6. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» // Собрание законодательства РФ. 2008. N 52 (ч. 1). Ст. 6249.
7. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, N 12, ст. 1232.
8. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ «О коммерческой тайне» // Собрание законодательства РФ, 09.08.2004, N 32, ст. 3283.
9. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. N 3. Ст. 140.
10. Приказ ФАС России от 28.04.2010 N 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, N 34, 23.08.2010.

Судебная практика:

11. Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 5, Пленума ВАС РФ N 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 6, июнь, 2009.
12. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 4, 2005.
13. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» // Вестник ВАС РФ, N 12, декабрь, 2012.
14. Определение Верховного Суда РФ от 09.08.2016 N 21-КГ16-7 // СПС «КонсультантПлюс».

15. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 22.01.2016 по делу N А82-4007/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

12

16. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 04.10.2016 по делу N А53-33213/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

17. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 28.04.2016 по делу N А53-26611/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

18. Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 03.08.2016 N 308-АД16-8021 // СПС «КонсультантПлюс».

19. Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 05.09.2016 по делу N А49-4273/2016 // СПС «КонсультантПлюс».

20. Постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 03.08.2016 по делу N А53-2531/2016; Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 21.10.2016 по делу N А53-2531/2016 // СПС «КонсультантПлюс».

21. Постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 22.06.2016 по делу N А53-4894/2016 // СПС «КонсультантПлюс».

22. Постановление АС МО от 26 февраля 2016 г. по делу N А40-60409/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

23. Постановление АС МО от 16 февраля 2016 г. по делу N А40-72304/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

24. Постановления АС ЦО от 8 сентября 2015 г. по делу N А64-7012/2014, АС ВСО от 15 мая 2014 г. по делу N А78-1753/2013

25. Постановление АС ЗСО от 3 марта 2016 г. по делу N А81-1406/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

26. Постановление АС ЦО от 4 марта 2015 г. по делу N А64-3955/2014 // СПС «КонсультантПлюс».

27. Постановление ФАС МО от 24 апреля 2014 г. N Ф05-157/14 по делу N А40-22114/13-130-217 // СПС «КонсультантПлюс»

28. Постановление АС ВСО от 5 августа 2015 г. по делу N А69-4130/2014 // СПС «КонсультантПлюс»

Научная и учебная литература:

29. Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2017. Вып. 1. 288 с.

30. Вайпан В.А. «Четвертый антимонопольный пакет» и социальная справедливость // Актуальные вопросы современного конкурентного права: Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2017. Вып. 1. С. 31.

13

31. Василишина П.Ю. Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации как акт недобросовестной конкуренции: анализ правоприменения // Конкурентное право. 2017. N 2. С. 41 - 44.

32. Галифанов Г.Г., Галифанов Р.Г. К вопросу о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом // ИС. Промышленная собственность. 2018. N 1. С. 17 - 32.

33. Гвоздева Е.В., Домрачев Д.Г. Административное право: в схемах и определениях: Учебное пособие. Киров, 2014. С. 29.

34. Голикова О.В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом // Конкурентное право. 2011. N 1. С. 43.

35. Городов О.А. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации // Конкурентное право. 2017. N 4. С. 40 - 44.

36. Городов О.А. Право промышленной собственности. М.: Статут, 2011. С. 645.

37. Грачева Е.Ю., Власенко Н.А. Конкурентное право и Номенклатура специальностей научных работников по юридическим наукам // Журнал российского права. 2018. N 2. С. 142 - 148.

38. Егорова М.А. Недобросовестная конкуренция как разновидность правового запрета per se

// Право и экономика. 2018. N 1. С. 34.

39. Егорова М.А. Проблемы в правоприменении запретов per se на современном этапе // Право и экономика. 2017. N 6. С. 5.

40. Еременко В.И. Вопросы недобросовестной конкуренции в рамках «четвертого антимонопольного пакета» // Конкурентное право. 2016. N 1. С. 4.

41. Карлиев Р.А. Проблемы регистрации нетрадиционных товарных знаков // ИС. Промышленная собственность. 2017. N 11. С. 23 – 32.

42. Клейменова М.О. Административно-правовой механизм пресечения недобросовестной конкуренции в связи с незаконным использованием фирменного наименования, товарного знака и знака обслуживания // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2017. N 8. С. 28 - 31.

43. Козлова М.Ю. Недобросовестная конкуренция в практике банков // Банковское право. 2017. N 1. С. 14.

44. Крымкин В.В. Антимонопольное регулирование в РФ: общая характеристика // Юрист. 2017. N 21. С. 38 - 41.

45. Кубанцев С.П. Публично-правовые средства противодействия недобросовестной конкуренции: аспекты России и США // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2017. N 4. С. 120 - 124.

46. Мильский А.С. Актуальные проблемы, возникающие в ходе рассмотрения Федеральной антимонопольной службой дел о нарушении антимонопольного законодательства в сфере рекламы // Конкурентное право. 2017. N 4. С. 45 - 48.

14

47. Молчанов А.В. Антимонопольный комплаенс: значение и перспективы правового регулирования // Юрист. 2017. N 17. С. 11 - 14.

48. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» (постатейный) / К.Н. Алешин, И.Ю. Артемьев, Е.А. Большаков и др.; отв. ред. И.Ю. Артемьев. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2016. С. 87.

49. Орлов А.М. Незаконные условия в кредитном договоре с потребителем как акт недобросовестной конкуренции // Конкурентное право. 2017. N 1. С. 42 - 45.

50. Петров Д.А. Конкурентное право: теория и практика применения. М.: Юрайт, 2015. С. 5.

51. Петров Д. Нарушение правил добросовестной конкуренции // ЭЖ-Юрист. 2015. N 41. С. 9.

52. Петров Д.А. Требования добросовестности, разумности и справедливости как признаки недобросовестной конкуренции // Юрист. 2016. N 1. С. 32 - 37.

53. Романенкова Е. Недобросовестная конкуренция с использованием интеллектуальной собственности в свете "четвертого антимонопольного пакета" // ИС. Промышленная собственность. 2017. N 6. С. 35 - 44.

54. Серегин Д.И. Законодательство о защите конкуренции - синтез публичного и частного в праве // Конкурентное право. 2017. N 4. С. 8 - 11.

55. Старостович П.В. Конкурентные основы государственно-частного партнерства в Российской Федерации // Вестник арбитражной практики. 2017. N 3. С. 49 - 54.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/30882>