

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической теории и государственного управления
Направление подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление

У.о. зав. кафедрой
ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
М.В. Зинченко
«АБ» июль 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Государственный контроль рекламы и недобросовестной конкуренции
в Амурской области

Исполнитель
студент группы 473-об


подпись, дата

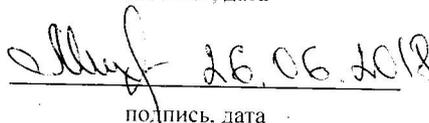
А.А. Миаковский

Руководитель
доцент, к.э.н.


подпись, дата

А.В. Плешивцев

Нормоконтроль
старший преподаватель

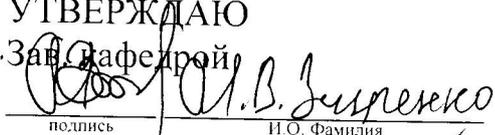

подпись, дата

Л.Н. Михайленко

Благовещенск 2018

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической теории и государственного управления

УТВЕРЖДАЮ
И.о. Зав. кафедрой

_____ И.О. Фамилия
«23» апреля 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента 4 курса группы 473-об Артёма Андреевича Миаковского

1. Тема бакалаврской работы: Государственный контроль рекламы и недобросовестной конкуренции в Амурской области
(утверждено приказом от 09.04.18 № 772-18)

2. Срок сдачи студентом законченной работы «15» июня 2018 года

3. Исходные данные к бакалаврской работе: Учебники, научные труды, нормативно-правовые акты

4. Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Теоретико-правовые основы государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции; 2. Анализ деятельности Амурского УПАС России в пресечении и предупреждении недобросовестной конкуренции и рекламы на территории российской области

5. Перечень материалов приложения: Дипломатическая А. В. Плешивцев и исполнение Ф.А. Демин, постановление по контролю за недобросовестной конкуренцией; Постановление Б. В. Блока и исполнение Ф.А. Демин Государственной функции контроля за исполнением законодательства о рекламе

6. Дата выдачи задания «23» апреля 2018 года

Руководитель бакалаврской работы А. В. Плешивцев, доцент, к.э.н

Задание принял к исполнению (дата): 23 апреля 2018



РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 63 с., 7 рисунков, 8 таблиц, 2 приложения, 57 источников.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ, РЕКЛАМА, КОНКУРЕНЦИЯ, АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ ОРГАН, АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, РЕКЛАМНОЕ ПРАВОНАРУШЕНИЕ, НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

В работе исследуются теоретико-правовые основы государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренцией, как одного из важнейших направлений развития антимонопольного регулирования. Контроль рекламы и недобросовестной конкуренцией возложен на ФАС России. Представлен анализ соответствующих новелл в законодательстве, проанализированы статистические данные о правоприменительной практике предупреждения и пресечения недобросовестной конкуренции в деятельности Амурского УФАС.

Для повышения качества контроля рекламы и недобросовестной конкуренции предложено внедрение модуля формирования запроса в различные организации в СЭД Амурского УФАС России. Проектируемый модуль должен выполнять следующие функции: формировать, отправлять запросы; обеспечивать возможность осуществления межведомственного электронного взаимодействия Федеральной антимонопольной службы в целях получения сведений от сервисов: ФНС, ФССП Росавиации, Ростехнадзора, Роскомнадзора, Росреестра, Казначейства и т.д.

Экономия рабочего времени на одного сотрудника 1,6 час в день. Ежемесячная экономия в заработной плате – 8096 руб. Затраты 97 тыс. рублей на внедрение модуля СЭД окупятся за 1 год.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретико-правовые основы государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции	7
1.1 Необходимость осуществления государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции	7
1.2 Правовые основы, регламентирующие осуществление контроля за рекламой и ненадлежащей конкуренцией	16
1.3 Роль ФАС в осуществлении государственного контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией	22
2 Анализ деятельности Амурского УФАС России в пресечении и недопущении недобросовестной конкуренции и рекламы на товарных рынках Амурской области	30
2.1 Динамика и структура нарушений, связанных с недобросовестной конкуренцией и рекламой за период 2015 - 2017 гг.	30
2.2 Правоприменительная практика Амурского УФАС по пресечению недобросовестной конкуренции и рекламы	36
2.3 Проблемы и пути повышения качества контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией	46
Заключение	52
Библиографический список	57
Приложение А Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции по контролю за недобросовестной конкуренцией РФ	65
Приложение Б Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции контролю за нарушениями законодательства о рекламе	66

ВВЕДЕНИЕ

Одним из основных признаков рыночных отношений является столкновение экономических интересов субъектов предпринимательской деятельности поэтому нечестные методы конкурентной борьбы давно стали привычными на рынке. Но часто вместо участия в честном состязании одни из участников используют не честные способы – негативно отзываясь о конкурентах или пытаясь присоединиться к чужому успеху.

Широко используется реклама как инструмент борьбы за потребителя. С течением времени реклама приобрела такое значение, что для правового регулирования рекламной деятельности понадобилось специальное законодательство, ведь иногда содержание рекламы может быть на грани допустимого.

Для современного общества очень важно, чтобы соперничество предпринимателей не приводило к применению методов конкурентной борьбы, которые принято называть недобросовестной конкуренцией.

Необходимость государственного контроля этих явлений, выработки мер противодействия, говорит об актуальности выбранной темы ВКР.

Цель работы: на основе изучения теоретических вопросов и деятельности Амурского управления Федеральной Антимонопольной службы России, разработать пути совершенствования контроля за недобросовестной конкуренцией в Амурской области

Для достижения этой цели в работе решается ряд задач. Необходимо:

- изучить теоретико-правовые основы государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции: охарактеризовать необходимость контроля и рассмотреть правовые основы регламентации его;
- раскрыть роль ФАС в осуществлении контроля в этой сфере;
- провести анализ деятельности Амурского УФАС России в сфере государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;
- раскрыть проблемы и предложить пути повышения качества контроля

рекламы и недобросовестной конкуренцией в Амурской области.

Объект исследования: государственный контроль в сфере рекламы и недобросовестной конкуренции в Амурской области

Предмет исследования: деятельность Амурского УФАС России в сфере государственного контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией.

Методологическую основу исследования составляет совокупность общенаучных методов, в том числе общенаучный диалектический метод познания, позволяющий изучить различные точки зрения на предмет исследования.

Кроме того, при написании использовались универсальные научные методы, такие как: формально-логический, применявшийся для формулировки понятий и определения признаков; конкретно-исторический, использовавшийся при исследовании исторических особенностей формирования антимонопольного регулирования в России.

Теоретическую основу исследования составили: труды российских ученых Т.Е. Абовой, С.Б. Авадашевой, И.Ю. Артемьева, Б.Г. Бадмаева, В.А. Белова, М.М. Богуславского, А.Н. Варламовой, Е.Н. Васильевой, Д.В. Вышегородского, Д.А. Гаврилова, О.А. Городова, Ф.Н. Давыдовского, М.Б. Демина, И.В. Джабуа, В.И. Еременко, А.В. Залесова, С.С. Занковского, Л.А. Ибрагимова, З.М. Казачковой, Т.Н. Нешатаевой, С.А. Паращука, К.А. Писенко, Н.М. Розановой, Д.И. Серегина, М.М. Степановой, А.Г. Сушкевича, К.Ю. Тотьева, А.А. Федуловой, И.А. Цинделиани, А.Е. Шаститко, А.Ю. Юданова, Е.Ю. Яковлевой и др.

Нормативную основу исследования составили источники международного права, Конституция РФ, российское антимонопольное законодательство, законодательство о рекламе, а также иные федеральные законы и подзаконные нормативные акты, регулирующие отношения по защите конкуренции.

Информационная основа отчетность Амурского УФАС и ФАС России.

1 ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ РЕКЛАМЫ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

1.1 Необходимость осуществления государственного контроля рекламы и недобросовестной конкуренции

Главное в рыночной экономике это свобода выбора. Производитель волен сам выбирать, что ему изготавливать, потребитель свободен в выборе товара или услуги. Но рост экономики не может быть обеспечен только лишь свободой выбора. Вся суть в конкурентной борьбе. В наше время актуальным является то, что конкурентная борьба происходит между производителями, поставщикам, предприятиями за наиболее выгодные условия производства и сбыта в целях достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности, что влияет на экономику страны. Так по словам Г. Галифанова: «Конкуренция как таковая является процессом соперничества хозяйствующих субъектов на рынке, направленного, с одной стороны, на ограничение возможностей каждого из них в реализации товаров и/или услуг и, с другой – на стимулирование производства тех товаров, в которых наиболее нуждается потребитель. Здоровая конкурентная борьба выражается в повышении качества реализуемой продукции, манипулировании уровнями цен, распродажах, акциях, увеличении срока потребительского кредитования, разработке новых популярных товаров и т.д. В результате выигрыш от такой конкурентной борьбы получают как хозяйствующие субъекты, так и потребители»¹.

Но в конкурентной борьбе часто предприниматели используют недобросовестные методы, как конкуренции, так и рекламы. Для более глубокого понимания вопроса необходимости контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией необходимо разобрать содержание понятия «недобросовестная реклама» и «недобросовестная конкуренция».

Реклама зачастую бывает навязчивой, непристойной, но односторонне со стороны государства отменить ее или наложить запрет невозможно, так как

¹Галифанов Г.Р. К вопросу о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. 2018. № 1. С. 19.

реклама является основным фактором и двигателем прогресса в сфере товарного рынка, рынка работ и услуг. Недопустимо приуменьшать роль рекламы. Симкин Я.Р. в своей работе говорит о том, что «реклама влияет на мышление человека, образ жизни, довольно часто формирует его потребности»². Так же рекламная деятельность является одной из основных статей дохода для средств массовой информации.

Согласно ст. 5 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 03.04.2018 г.) «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») законодатель говорит, что реклама должна быть достоверной и добросовестной. Таким образом, законодательство о рекламе позволяет отнести к ненадлежащей ту рекламу, которая не соответствует требованиям ст. 5 ФЗ № 83 «О рекламе». Исходя из буквального толкования указанной нормы, к ненадлежащей рекламе относят недостоверную и недобросовестную. «Недобросовестной признается реклама, которая:

- содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;

- представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;

- является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством»³.

² Симкин Я.Р. Правовые критерии определения недобросовестной конкуренции в рекламе // Actualscience. 2017. № 3. С. 275 – 276 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека онлайн: офиц. сайт. 2015. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28947652> (дата обращения: 05.06.2018).

³ О рекламе [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 03 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

В научной литературе встречаются противоположные мнения по вопросам соотношения ненадлежащей рекламы и недобросовестной конкуренции. Сторонники одного подхода полагают, что понятие «недобросовестная конкуренция» включает в себя понятие «ненадлежащая реклама», и, как следствие, предлагают закрепить ненадлежащую рекламу как форму недобросовестной конкуренции.⁴ Согласно второй позиции предлагается полностью противоположный подход, включающий недобросовестную конкуренцию в состав «ненадлежащей рекламы», объясняя это тем фактом, что нельзя квалифицировать всякую ненадлежащую рекламу как акт недобросовестной конкуренции, поскольку для признания конкуренции недобросовестной должны обязательно присутствовать признаки, указанные в законодательстве.

Не содержит однозначных решений и практика. Часто при подаче иска в суд или жалобы в ФАС России просят привлечь к ответственности за нарушение двух Законов (о рекламе и о защите конкуренции). в вопросе недобросовестной рекламы необходимо учитывать цели и способы, которые преследовал нарушитель, какое общественное отношение наиболее пострадало.

То есть в каждом конкретном деле следует выбирать какой закон в данном случае лучше восстановит справедливость, поскольку мера ответственности за нарушение недобросовестной конкуренции разнится в зависимости от ее составляющей (формы).

Необходимо отметить, что закон «О рекламе» относит недобросовестную рекламу к акту недобросовестной конкуренции, в соответствии с антимонопольным законодательством.

Недобросовестная конкуренция представляет собой разновидность конкурентной борьбы в целом, бесчестный метод ведения конкурентной борьбы, который отрицательно влияет на развитие рыночной экономики.

В отличие от монополистической деятельности, которая устраняет и не

⁴Малютина О.А. Ненадлежащая реклама и недобросовестная конкуренция: коллизия или конкуренция норм // Юридическая техника. 2017. № 11. С. 498.

допускает конкуренцию, злоупотребляя доминирующим положением недобросовестная конкуренция наносит ущерб какому-то определенному конкуренту.

«Недобросовестная конкуренция – совершение недобросовестных действий с целью ущемления законных интересов субъекта, осуществляющего схожую предпринимательскую деятельность»⁵.

Недобросовестная конкуренция выражается в использовании противоправных методах соперничества (например, тайный сговор, демпинг и т.д.). Именно поэтому данный феномен нуждается в жестком государственном правовом регулировании.

Впервые в международно-правовой обиход понятие недобросовестной конкуренции было введено в 1883 г. Парижской конвенцией по охране промышленной собственности⁶. Конвенция дала одно из первых определений недобросовестной конкуренции как «любым актам конкуренции, противоречащим честным обычаям в промышленных и торговых делах», кроме того, включала примерный перечень недобросовестных конкурентных действий. А сам термин «недобросовестная конкуренция» впервые был употреблен во Франции в начале XIX в. В 1909 г. в Германии был принят специальный Закон «О недобросовестной конкуренции». До его принятия только США имели законодательство о конкуренции (в рамках Закона Шермана 1890 г.).⁷

Российское антимонопольное законодательство рассматривает недобросовестную конкуренцию как одну из форм деятельности, оказывающую негативное влияние на конкуренцию и направленную на ограничение конкуренции на товарных рынках. Законодательство запрещает недобросовестную конкуренцию. В определении «незаконной конкуренции»

⁵Куркина, Н.В. К вопросу трактовки понятия недобросовестная конкуренция // Актуальные вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. 2018. С. 187

⁶ Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта 1883 г.) (ред. от 02 октября 1979 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

⁷Демин М. Б. Предупреждение и пресечение недобросовестной конкуренции как одно из главных направлений развития анти-монопольных отношений в условиях глобализации // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. № 4. С. 128.

законодательство в соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 04.06.2018) «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») вкладывает следующий смысл: «любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, 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.»⁸ Данное определение сформулировано посредством перечисления обязательных признаков недобросовестной конкуренции. Только одновременное их наличие позволит признать действия хозяйствующего субъекта нарушающими конкуренцию.

Недобросовестная конкуренция рассматривается преимущественно как правовая категория, что препятствует исследованию ее сущности, причин и механизмов, определяющих значимость ее в изменении социально-экономического положения страны.

Но еще более ста лет назад Г.Ф. Шершеневич указал что акты недобросовестной конкуренции совершают, прежде всего, экономически слабые предприятия.⁹ Новые фирмы на рынке товаров или фирмы вводящие новый товар аналогичный товару, реализуемому другими производителями, борются за максимизацию потребительского спроса (а значит и прибыли) прибегая к «нечестным» методам конкуренции, сокращая затраты на продвижение товара на рынке.

Каминка А.И. считал, что «должна существовать граница, где заканчиваются способы, приносящие пользу с точки зрения правильно поставленного торгового оборота, основанного на критериях добросовестного отношения участников предпринимательской деятельности к своим

⁸О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 04 июня 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

⁹ Алехина К.В. Понятие и формы недобросовестной конкуренции в правовой доктрине, законодательстве и на практике // Юридические науки, правовое государство и современное законодательство: сборник статей II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 130.

клиентам.»¹⁰

Понятие недобросовестной конкуренции крайне сильно размыто. Как справедливо заметил В.С. Тикин, «для добросовестной конкуренции необходимо создание равноценных условий для экономического соперничества, что невозможно, поскольку каждый из субъектов предпринимательства изначально имеет не только разную материальную базу, но и предпринимательский талант. В связи с этим рыночная конкуренция ведется жестко и никак не ограничивается этикой, поскольку именно в этом состоит разумное рыночное поведение.»¹¹ Разумность для предпринимателя сводится к принятию таких решений, которые ведут к получению прибыли как гарантии выживания. Формула «бизнес не обязан быть совестливым, бизнес обязан быть законопослушным» диктует правила поведения на рынке как отечественных, так и зарубежных предпринимателей. Следовательно, обеспечить главенство нравственных норм в рыночной ситуации не представляется возможным.

Поэтому по мнению Г. Галифанова: «любая конкуренция может быть только недобросовестной, поскольку не обходится без использования внешних по отношению к хозяйствующим субъектам сил (административных органов, органов правопорядка, судебных органов и иных оказывающих влияние на предпринимательскую деятельность структур), как бы они ни назывались и каковыми бы ни являлись»¹².

Действия хозяйствующих субъектов считаются направленными на получение преимуществ, если они позволяют увеличить получаемую прибыль, либо предотвратить ее неизбежное снижение по отношению к уровню прибыли при воздержании от указанных действий.

Приобретение преимуществ перед конкурентами возможно, в основном,

¹⁰Куркина, Н.В. К вопросу трактовки понятия недобросовестная конкуренция // Актуальные вопросы образования и науки: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. 2018. С. 188.

¹¹Галифанов Г. К вопросу о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. 2018. № 1. С. 24.

¹²Там же. С. 24.

двумя способами:

- посредством воздействия на потребителей, что в свою очередь обеспечивает увеличение объема реализации товара;
- посредством внесения в процесс производства изменений, которые направлены на снижение издержек либо повышение качества продукции.

Определение недобросовестной конкуренции как актов, противоречащих честной торговой практике, добросовестности и т.д., не устанавливает четких критериев норм рыночного поведения, поскольку значение используемых терминов довольно расплывчато. Они могут существенно отличаться друг от друга в разных странах, быть подвержены изменениям со временем и могут обрести новыми видами нарушений.

Один из обязательных признаков недобросовестной конкуренции является причинение вреда конкуренту. Такой вред может выражаться в убытках, которые терпит конкурент, и/или в ущербе его деловой репутации. Последствиями может быть, как моральное порицание, так и уголовная ответственность. Классификация недобросовестной конкуренции представлена по степени тяжести содеянного или наступивших последствий показана на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды недобросовестной конкуренции по степени тяжести содеянного или наступивших последствий

Содержательное определение недобросовестной конкуренции заменено описанием конкретных форм и методов ее проявления, при этом все, что находится за рамками конкурентного законодательства, автоматически может быть отнесено к недобросовестной конкуренции.

Так в главе 2.1 ФЗ «О защите конкуренции» определены следующие формы недобросовестной конкуренции:

– недобросовестная конкуренция путем дискредитации (ст. 14.1). Распространение неточных, ложных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки либо нанести ущерб деловой репутации конкуренту. Распространением информации можно считать любые действия, например, публикации или выступления в СМИ. Определяющее здесь то, что информация стала известна третьим лицам;

– недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение (ст. 14.2). Введение в заблуждение является следствием распространения позитивной информации о самом распространителе. Ввести в заблуждение можно относительно потребительских свойств, места изготовления, качества и количества товара или в отношении его изготовителей. К этой форме относятся и действия по указанию недостоверных данных при подаче заявки на участие в конкурсе (аукционе);

– недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения (ст. 14.3). Некорректное сравнение производимых или реализуемых товаров с товарами, производимыми или реализуемыми конкурентами. Наиболее часто, данная форма используется в рекламе. Применительно к недобросовестной конкуренции под некорректным сравнением следует понимать неточное и неправильное сравнение, причем по своей форме, а не по содержанию.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на малозначительных или несопоставимых фактах, когда создается общее, вводящее в заблуждение впечатление, а также при сравнении необъективных характеристик;

– недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг (ст. 14.4). В данной форме речь идет о таких результатах интеллектуальной деятельности и средствах индивидуализации, которые охраняются в режиме исключительных прав (права на изобретения, права на товарные знаки и знаки обслуживания, авторские права, полезные модели, промышленные образцы, фирменные наименования и другие);

– недобросовестная конкуренция, связанная с использованием результатов интеллектуальной деятельности (ст. 14.5). Под незаконным использованием следует понимать несанкционированное владельцем использование объекта интеллектуальной собственности. Наличие конкурентных отношений между правообладателем товарного знака и нарушителем исключительных прав – это первое, что устанавливает антимонопольный орган;

– недобросовестная конкуренция, связанная с созданием смешения (ст. 14.6). Например, в случае с товарным знаком и фирменным наименованием, обозначения, сходного с ним до степени смешения. Предполагаемый нарушитель получает преимущества в виде привлечения к своей продукции потребителей, которые полагают, что приобретают оригинальный товар;

– недобросовестная конкуренция, связанная с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну (ст. 14.7). Состав нарушения включает в себя два элемента: получение (возможность ознакомления со сведениями, составляющими охраняемую законом тайну хозяйствующего субъекта – конкурента) и использование (применение указанных сведений с целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности);

– иные формы недобросовестной конкуренции (ст. 14.8). Перечень форм недобросовестной конкуренции, приведенный в ст. 14.1-14.7 ФЗ «О защите

конкуренции», не является исчерпывающим. Касается практики получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности путем использования репутации другого хозяйствующего субъекта, в том числе не являющегося конкурентом, путем использования принадлежащих ему средств индивидуализации либо путем создания впечатления о причастности к предпринимательской деятельности такого хозяйствующего субъекта (о партнерстве, наличии правопреемства и т.п.) В частности, это могут быть различные препятствия, которые недобросовестный конкурент создает для своего соперника (дезорганизация производства, сманивание работников и другие).

Конкуренция неспособна к должной саморегуляции, поэтому в целях обеспечения оптимального функционирования рынка требуется правовое регулирование некоторых аспектов конкурентных отношений, в том числе в пресечении и недопущении недобросовестной конкуренции.

1.2 Правовые основы, регламентирующие осуществление контроля за рекламой и ненадлежащей конкуренцией

Согласно ч. 1 ст. 2 ФЗ «О защите конкуренции» антимонопольное законодательство РФ основывается на Конституции РФ¹³ и Гражданском кодексе РФ¹⁴.

В качестве непосредственных основ антимонопольного законодательства необходимо выделить следующие конституционные нормы:

- нормы поддержки конкуренции (ст. 8);
- нормы недопущение экономической деятельности, направленной на недобросовестную конкуренцию (ст. 34).

Государство взяло на себя обязанность гарантировать защиту конкуренции провозгласив курс на рыночную экономику. Для развития рыночной экономики конкуренция просто необходима.

¹³ Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 23 мая 2018 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03 июня 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

Ряд норм, пресекающих проявление недобросовестной конкуренции, закреплен в Гражданском кодексе РФ (части первой и четвертой).

К нормам ГК РФ, на которых основано антимонопольное законодательство, относятся, в частности, ст. 1, которой установлен запрет на ограничение гражданских прав и свободы перемещения товаров, кроме случаев, когда такое ограничение вводится федеральным законом, и ст. 10, запрещающая использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции и злоупотребление доминирующим положением. А кроме того, четвертая часть ГК РФ, которая целиком посвящена отношениям, складывающимся в связи с созданием и использованием многообразных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации.

С развитием рыночных отношений в России возникла необходимость в их законодательном регулировании, и в 1991 году был принят Закон «О защите конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», а в 1999 г. - закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг». Эти законы заменил в 2006 году ФЗ «О защите конкуренции», который ознаменовал очередной этап в развитии отечественного антимонопольного законодательства.

ФЗ «О защите конкуренции» – это специальный закон, который содержит нормы в отношении возникновения, способах предупреждения и пресечения недобросовестной конкуренции. Рассматриваемый закон носит экстерриториальный характер своего действия, то есть распространяется на соглашения, достигнутые за пределами России между организациями резидентами и нерезидентами. Стоит отметить, что в некоторых случаях ФЗ «О защите конкуренции» не называет конкретных признаков недобросовестных действий, а делает отсылку к нормам гражданского права.

Регулирующим законом в сфере рекламы является ФЗ «О рекламе»¹⁵ от 13.03.2006 г. № 38 - ФЗ (ред. от 31.12.2017 г.) и Правила рассмотрения

¹⁵О рекламе [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 03 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным приказом ФАС России от 17.08.2006 г. № 508 и нормативно-правовые акты которые включают в себя отдельные нормы которые определяют особенности размещения рекламы на той или иной территории или в определенный период (например ст. 16 Запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака ФЗ от 23.02.2013 г. № 15-ФЗ (ред. от 28.12.2016 г.) «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»).

Нормы ФЗ «О рекламе» ориентированы на соблюдение принципов добросовестной конкуренции, распространения достоверной, добросовестной рекламы, пресечения нарушения законодательства о рекламе. Закон «О рекламе» применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации. Реклама, не соответствующая Закону «О рекламе», является ненадлежащей.

Другим источником, в некоторой мере регулирующим недобросовестную конкуренцию, является Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300 - 1 (ред. от 01.05.2017 г.) «О защите прав потребителей»¹⁶ (далее – Закон «О защите прав потребителей»). Стоит отметить, что вопрос, регулирует ли данный нормативно - правовой акт отношения, связанные с недобросовестной конкуренцией, является спорным. Некоторые юристы и экономисты считают, что данный закон направлен только на защиту прав потребителей, в то время как другие полагают, что нормы Закон «О защите прав потребителей» направлены на защиту конкуренции как таковой.

Далее необходимо выделить также Федеральный закон «О коммерческой тайне»¹⁷ от 29.07.2004 г. № 98 - ФЗ (ред. от 12.03.2014 г.). Данный нормативно-

¹⁶ О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 18 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹⁷ О коммерческой тайне [Электронный ресурс]: федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ (ред. от 18 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

правовой акт направлен на регулирование отношений, которые складываются с установлением, изменением и прекращением режима коммерческой тайны (в частности в отношении ноу-хау).

Законодательные нормы, которые касаются привлечения организаций к административной или уголовной ответственности, регулируются Кодексом РФ об административных правонарушениях (КОАП) от 30.12.2001 г. № 195 - ФЗ (ред. от 05.02.2018 г.) и Уголовным кодексом РФ (УК РФ)¹⁸ от 13.06.1996 № 63 - ФЗ (ред. от 19.02.2018) соответственно.

Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе установлена ст. 14.3 КоАП РФ, а недобросовестной конкуренцией ст. 14.33. КоАП РФ. Последствия указанных правонарушений различны, равно как и состав субъектов, которые привлекаются к ответственности ¹⁹.

Уголовная ответственность установлена ст. 178. Ограничение конкуренции УК РФ.

Процессуальные нормы определяют порядок действия антимонопольных органов в случаи выявления рекламы в которой содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, недобросовестной конкуренции или в случаях необходимости проведения проверок. Это административные регламенты, касающиеся процедуры рассмотрения дел, проведения проверок в сфере контроля рекламы и недобросовестной конкуренции. Административные регламенты – наиболее детальные документы, которые определяют порядок работы антимонопольных органов, пошагово, детально, с разбивкой по дням.

Источниками правового регулирования в отношении недобросовестной конкуренции также являются подзаконные нормативно правовые акты: Постановления Правительства РФ, Приказы Федеральной антимонопольной службы. Особую роль отводят судебной практике, которая содержит комментарии по вопросам применения конкретных норм в отношении

¹⁸ Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 23. апреля 2018 г., с изм. от 25 апреля 2018 г.) Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

¹⁹ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 23 апреля 2018 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 14 мая 2018 г.) Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

проявлений методов недобросовестной конкуренции. В сфере контроля рекламы существует два обобщающих документа судебной практики:

– информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 г. № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»²⁰. В оставшейся актуальной части дается разграничение понятий реклама и вывеска;

– постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»».²¹

Применительно к недобросовестной конкуренции под нарушаемым законодательством РФ помимо Конституции и законодательных актов РФ понимаются и международные договоры. Ларина, Т.Ю. в своей работе приводит следующие универсальные международные договора: «Парижская конвенция по охране промышленной собственности (1883 год); Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений (1886 год); Международная (Римская) конвенция об охране прав исполнителей, производителей фонограмм и вещательных организаций (1961 год); Конвенция (Стокгольмская), учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (1967 год); Соглашение (ТРИПС) по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (1994 год) и другие»²².

Процедура пресечения недобросовестной конкуренции определяется отдельными положениями ФЗ «О защите конкуренции», а также административным регламентом ФАС по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства РФ, утвержденном приказом ФАС России.

²⁰Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе [Электронный ресурс]: информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25 декабря 1998 г. № 37. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

²¹О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»: постановление Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 г. № 58 // Вестник ВАС РФ. 2012. № 12. С. 13.

²² Ларина Т.Ю. Недобросовестная конкуренция в сфере интеллектуальной собственности в международном праве // XXII международные научные чтения (Б.Ф. Галеркина): сборник статей Международной научно-практической конференции. 2018. С. 62.

ФЗ «О защите конкуренции» определяет организационные и правовые основы распространяется на отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения: монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, а также недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, и другими органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком РФ, и в которых участвуют российские и иностранные юридические лица, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

Положения ФЗ «О защите конкуренции» применяются в обязательном порядке к подписанным за пределами территории РФ соглашениям между российскими или иностранными лицами либо организациями, если в отношении таких соглашений в совокупности выполняются следующие условия:

1) соглашения достигнуты в отношении находящихся на территории РФ основных производственных средств и (или) нематериальных активов либо в отношении акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций;

2) соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции в РФ.

Отвечая на вопрос о наличии, либо отсутствии коллизии между рекламным законодательством и законодательством о защите конкуренции отметим, что «расхождения или противоречие между отдельными правовыми актами, регулирующими одни и те же, либо смежные общественные отношения, а также противоречия, возникающие в процессе правоприменения и осуществления компетентными органами и должностными лицами своих полномочий...»²³, есть не что иное, как коллизия рассматриваемых понятий. Устранение возникающих противоречий – задача правоприменителя. Однако,

²³Малютин О.А. Ненадлежащая реклама и недобросовестная конкуренция: коллизия или конкуренция норм // Юридическая техника. 2017. № 11. С. 500.

решения судебных инстанций обходят стороной аргументацию выбора нормы закона при определении соотношения законодательства о рекламе и законодательства о защите конкуренции. Высказанное предположение позволяет проводить исследование в выбранном направлении в дальнейшем, целью которого должно выступать не только совершенствование законодательства, но и совершенствование правоприменительной практики.

Нерешенным остается на практике и вопрос о формах недобросовестной конкуренции. Открытый перечень указанных форм позволяет повысить роль судебного усмотрения, что не всегда положительным образом сказывается на рассмотрении отдельных категорий дел. Стоит ли расширять формы недобросовестной конкуренции в законе о защите конкуренции до положений Парижской конвенции.

Полагаем, что незакрытый перечень законодательства о защите конкуренции, определяющий формы недобросовестной конкуренции позволяет отнести к таковому любому деянию, отвечающее признака рассматриваемого понятия, оставляя, таким образом, решение конкретного спора на усмотрение судебного сообщества.

1.3 Роль ФАС в осуществлении государственного контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией

Государственный надзор в сфере рекламы и недобросовестной конкуренции и ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе и о защите конкуренции осуществляет антимонопольная служба. Данная федеральная служба включает 84 территориальных подразделений, которые осуществляют свою деятельность на уровне субъектов РФ.

Федеральными антимонопольными органами наряду с созданными ими территориальными органами проводится государственная политика, направленная на содействие совершенствованию товарных рынков и конкурентной борьбы, предупреждение, ограничение, пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкурентной борьбы.

Одной из сфер деятельности Федеральной антимонопольной службы

(ФАС России) является осуществление функций контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы и ненадлежащей конкуренцией. ФАС России уполномочена принимать нормативные правовые акты, в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы. На территории Амурской области государственный контроль за рекламой и недобросовестной конкуренцией осуществляет Амурское УФАС.

Деятельность Федеральной антимонопольной службы регламентируют 49 правовых актов, изданных в различные годы. Наиболее важными из них являются законы, регламентирующие деятельность государства в сфере защиты конкуренции, рекламы и естественных монополий.

Основные задачи ФАС России по государственному контролю за рекламой и недобросовестной конкуренцией представлены на рисунке 2.

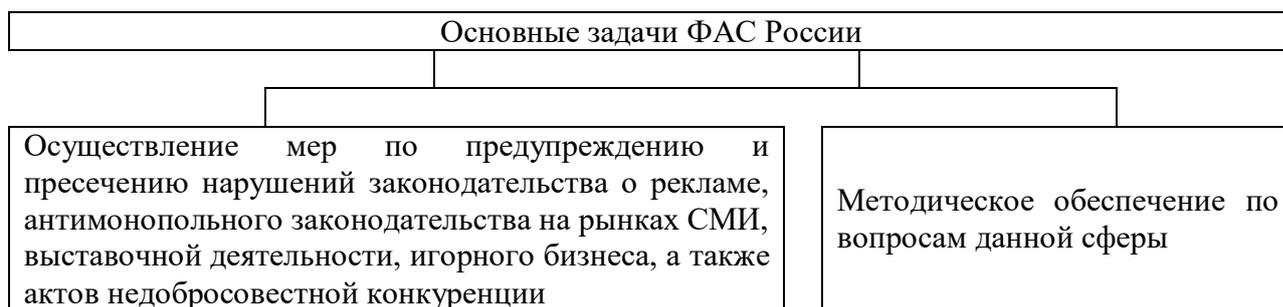


Рисунок 2 – Задачи ФАС России по государственному контролю за рекламой и недобросовестной конкуренцией

Функции и полномочия ФАС России по контролю за рекламой и недобросовестной конкуренцией определены в федеральных законах:

- в сфере рекламы в ФЗ «О рекламе»;
- в сфере защиты конкуренции ФЗ «О защите конкуренции».

Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции в Амурском УФАС России возложен на два отдела:

- 1) отдел антимонопольного контроля и контроля органов власти;
- 2) отдел товарных рынков и рекламы.

Отдел антимонопольного контроля и контроля органов власти осуществляет государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства: хозяйствующими субъектами, субъектами естественных монополий, органами власти и местного самоуправления; выявляет и пресекает факты недобросовестной конкуренции; осуществляет контроль за предоставлением государственных и муниципальных преференций; выявляет и пресекает нарушения антимонопольного законодательства на рынке финансовых услуг; рассматривает заявления по признакам нарушения антимонопольного законодательства, организует работу Комиссии Амурского УФАС России по возбуждению, рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства и выдачи предписаний об устранении нарушений; возбуждает административные дела по ст. 9.15, 14.6, 14.31 - 14.33, 14.9, 19.5, 19.8 КоАП РФ.

Отдел товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России осуществляет контроль и надзор за экономической концентрацией при заключении юридическими и физическими лицами сделок с акциями (долями), имуществом коммерческих организаций, активами финансовых организаций и правами в отношении финансовых организаций, а также при создании и реорганизации коммерческих организаций; контроль за соблюдением хозяйствующими субъектами, территориальными органами федеральных органов исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, гражданами законодательства о рекламе (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа); выполняет анализ товарных рынков, выявление наличия доминирующего положения хозяйствующих субъектов и финансовых организаций, осуществляющих свою деятельность на территории Амурской области; ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более 35 процентов или занимающих доминирующее положение на рынке определённого товара, если в отношении такого рынка федеральными законами установлены случаи признания

доминирующего положения хозяйствующих субъектов.

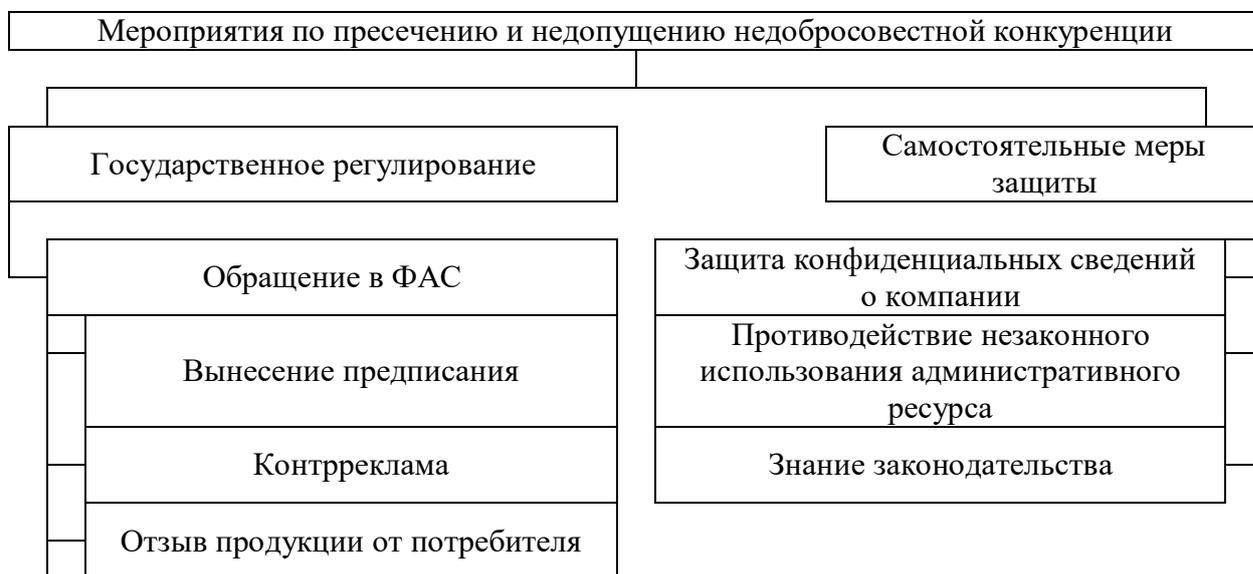
ФАС России в соответствии с антимонопольным законодательством реализует задачи по недопущению, пресечению недобросовестной конкуренции.

К основным направлениям государственного контроля в сфере производства, размещения и распространения рекламы относятся:

- предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан;
- защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы;
- привлечение субъектов рекламной деятельности к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе;
- взаимодействие с органами саморегулирования рекламы.

Инициативные плановые и внеплановые проверки субъектов конкуренции на предмет соответствия осуществляемой ими деятельности законодательству о защите конкуренции, гарантируют возможность независимого выявления случаев недобросовестной конкуренции антимонопольными органами. Арбитражные суды не наделены такими полномочиями.

Рассмотрим методы борьбы с недобросовестной конкуренцией и недобросовестной рекламой, представленные на рисунке 3.



Признание сделок недействительными
Установление недействительности государственных актов

Рисунок 3 – Виды мероприятий по недопущению и пресечению недобросовестной конкуренции

Главный способ борьбы с недобросовестной конкуренцией – это обращение в антимонопольные органы, которые имеют право давать предпринимателям, которые используют запрещенные формы конкуренции, предписания о прекращении нарушений, а при невыполнении предписаний – налагать штраф. Если в связи с недобросовестной конкуренцией предприниматель несет убытки, он имеет право обратиться в суд общей юрисдикции или арбитражный суд с иском об их возмещении. Заявление составляется в свободной форме. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие позицию инициатора дела. Ответ на заявление будет дан в течение 30 дней с момента принятия, возможно продления до 60 дней.

Предписание представляет собой документ с требованиями к правонарушителю, которые являются обязательными к исполнению. Если конкурент не выполнит эти требования, к нему будут приняты соответствующие меры. Для получения предписания необходимо обратиться с заявлением в антимонопольный комитет. К нему прилагаются бумаги, которые подтверждают факт недобросовестной конкуренции.

Контрреклама. Контрреклама предполагает пресечение влияния на потребителя неправомерной рекламы. Все затраты на такую рекламу возлагаются на правонарушителя. К контррекламе предъявляются эти требования: совпадение с основной рекламой по таким показателям, как длительность, порядок. Содержание материала согласуется с антимонопольным комитетом. Комитет может вносить изменения в рекламу.

Отзыв продукции от потребителя. НК может нанести вред не только компании, но и потребителю. В этом случае следует руководствоваться

Законом о защите прав потребителя. Некачественный товар, не соответствующий заявленным характеристикам, отзывается. Производство и реализация приостанавливаются. Отзыв товара от потребителя осуществляется только в том случае, если товар небезопасен для человека или окружающей среды.

Признание сделок недействительными. Недействительные сделки подразделяются на два типа: ничтожные и оспоримые. Первые предполагают аннулирование без обращения в суд. Оспоримые сделки противоречат ФЗ «О защите конкуренции». Иск об оспаривании подается антимонопольным органом.

Установление недействительности государственных актов. Если акты, изданные государственными органами, нарушают ФЗ «О защите конкуренции», они признаются недействительными.

Для применения всех этих мер нужно обращаться в антимонопольные органы.

Компания может нивелировать действия недобросовестного конкурента. Для этого используются следующие меры:

- защита конфиденциальных сведений о компании. Часто в рамках недобросовестной конкуренции лицо пытается извлечь конфиденциальную информацию о компании. Это можно предупредить. Необходимо обеспечить защиту базы данных, повысить лояльность сотрудников. Рекомендуется составить свод правил о доступе к информации, оформить договор о соблюдении тайны. Распространение важной информации должно быть контролируемым;

- противодействие незаконного использования административного ресурса. Часто конкуренты для создания препятствий к деятельности компании используют административный ресурс. К примеру, в отношении фирмы может быть возбуждено дело, что затормозит все рабочие процессы. В этом случае следует обжаловать действия должностного лица. Следует обратиться к его руководителю с заявлением. Следующий шаг – обращение в судебный орган.

Если в компании проводится проверка, инициированная конкурентом, на нее следует пригласить своего юриста;

– знание законодательства. Знание всех законов и наличие в компании грамотного юриста – самое важное для противодействия незаконной конкуренции.

Алгоритм действий по работе с заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства²⁴ и законодательства о рекламе²⁵ представлен в приложении А и Б соответственно.

В процессе осуществления расследования антимонопольные органы не ограничиваются доказательствами, которые представляет заявитель, поэтому согласно ч. 6 ст. 44 ФЗ «О защите конкуренции» они имеют право на запрос необходимых документов сведений, связанных с исследуемым делом пояснений в письменном или устном виде у юридических, физических лиц, государственных органов, органов местного самоуправления. Соответственно все указанные лица, содержащие ценную информацию, обязаны представлять материалы и документы в антимонопольный орган.

Дело о нарушении антимонопольного законодательства возбуждается на основании заявлений и материалов лиц, обратившихся в антимонопольный орган (государственных органов, органов местного самоуправления, юридических и физических лиц), сообщений СМИ, а также по инициативе самого антимонопольного органа.²⁶

В случае выявления признаков нарушения ФЗ «О защите конкуренции» или ФЗ «О рекламе» выдается предупреждение о принятии мер по устранению последствий такого нарушения. При невыполнении предупреждения в

²⁴ Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации [Электронный ресурс]: приказ ФАС России от 25 мая 2012 г. № 339 (ред. от 16 февраля 2016 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

²⁵ Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе [Электронный ресурс]: приказ ФАС России от 23 ноября 2012 г. № 711/12 (ред. от 17 сентября 2015 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

²⁶ Ковалев С.А. Актуальные вопросы правового регулирования контроля недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама как частный случай недобросовестной конкуренции // Лучшая студенческая статья 2018 сборник статей XIII Международного научно-практического конкурса. 2018. С. 191.

установленный срок антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Также антимонопольные органы в соответствии с порядком межведомственного сотрудничества имеют право обращаться в таможенные органы, для установления личности субъектов, осуществляющих импорт иностранных товаров на территорию РФ.

Таким образом, антимонопольные органы, кроме прилагаемых к заявлению документов, автономно имеют право оперативно собирать документы и доказательства, необходимые для возбуждения дела о нарушении законодательства о защите конкуренции. Важно отметить, что антимонопольные органы не нуждаются в соответствующем ходатайстве лиц, участвующих в деле при необходимости получить дополнительные сведения, обязательные для всестороннего рассмотрения дела.

Таким образом, на основании всего вышесказанного следует, что феномен недобросовестной рекламы и конкуренции возник в результате активного развития запросов современного рынка. С одной стороны, использование неправомερных методов дает организациям заметные преимущества, однако, с другой – все это в последствии нивелируется, то есть приносит кратковременный «быстрый» эффект в настоящем без ориентации на будущее развитие. В отношении же других экономических субъектов, потребителей и государства использование таких методов носит только негативный характер.

Именно поэтому в настоящее время осуществляется комплексная защита организаций и потребителей посредством активного государственного регулирования, которое распространяется на внутренние и внешние рыночные отношения.

Из всего вышеизложенного следует сделать вывод, что суть государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства и законодательства о конкуренции заключается в том, что государство непосредственно через федеральные органы власти минимально вмешивается в предпринимательскую деятельность, за исключением прямых запретов на

отдельные виды рекламы или методов конкуренции, но при этом максимально контролирует соблюдение законодательства всеми участниками рынка.

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АМУРСКОГО УФАС РОССИИ В ПРЕСЕЧЕНИИ И НЕДОПУЩЕНИИ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И РЕКЛАМЫ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Динамика и структура нарушений, связанных с недобросовестной конкуренцией и рекламой за период 2015 - 2017 гг.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области, является территориальным органом ФАС России, и осуществляет контроль на территории Амурской области за соблюдением законодательства и иных нормативных правовых актов РФ в сфере контроля за недобросовестной конкуренцией. Проведем анализ деятельности Амурского УФАС по контролю за недобросовестной конкуренцией, путем рассмотрения жалоб, проведения плановых и внеплановых проверок.

Четвертый и предыдущие антимонопольные пакеты продолжают оказывать влияние на динамику правоприменительной практики практически по всем сферам антимонопольного регулирования.

Следует отметить новеллы антимонопольного регулирования, связанные с его либерализацией: смягчена административная ответственность за антимонопольные нарушения, расширена сфера применения института предупреждений.²⁷

В целом, можно говорить об эффективности его применения, одним из подтверждений которой является сокращение числа заявлений о нарушении антимонопольного законодательства, поступающих в антимонопольные органы.

Рассмотрим динамику поступления заявлений в Амурский УФАС связанных с недобросовестной конкуренцией (таблица 1²⁸).

В 2017 году по признакам нарушения норм ФЗ «О защите конкуренции»

²⁷Тарабрина Д.Д. Недобросовестная реклама как составляющая недобросовестной конкуренции. Влияние на потребителя // Инновационная экономика и право. 2017. № 4 (9). С. 138.

²⁸ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

рассмотрено 216 заявлений, поступивших от различных хозяйствующих субъектов и физических лиц (в 2016 – 290), что на 25 % меньше по сравнению с 2016 годом.

Таблица 1 – Динамика количества заявлений по фактам осуществления недобросовестной конкуренции

Показатель	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	единиц	удельный вес, в процентах	единиц	удельный вес, в процентах	единиц	удельный вес, в процентах
Поступило заявлений в Амурский УФАС	444	100	391	100	299	100
Рассмотрено заявлений по признакам нарушения антимонопольного законодательства, всего	347	78,1	290	74,2	216	72,3
- по признакам недобросовестной конкуренции (гл. 2.1 «О защите конкуренции»)	23	5,2	58	14,8	50	16,7
- по признакам нарушения ФЗ «О рекламе»	97	27,9	101	34,8	83	38,42

Снижение количества рассмотренных заявлений обусловлено вступлением в силу изменений в ФЗ «О защите конкуренции», исключающих возможность признания действий хозяйствующих субъектов – монополистов злоупотреблением доминирующим положением, совершаемых в отношении физических лиц, если результатом этих действий не являются или не могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей.

Оценивая в динамике количество нарушений в сфере недобросовестной конкуренции, выявляемых Амурским УФАС России за последние три года можно отметить следующие:

За исследуемый период увеличилась доля заявлений по фактам осуществления недобросовестной конкуренции. Так в 2015 г. было рассмотрено 23 заявления, что составило 5,8 % от общего числа рассмотренных заявлений

по Амурскому УФАС, а уже в 2017 г. доля в структуре заявлений выросла до 16,7 %. В 2017 ш. рассмотрено 50 заявлений по фактам осуществления недобросовестной конкуренции.

В 2017 году по признакам нарушения ФЗ «О рекламе» рассмотрено 83 заявления, наблюдается сокращение полученных заявлений на 14 ед. относительно 2015 г.

Рассмотрим динамику поступления заявлений по видам недобросовестной конкуренции (глава 2.1. Недобросовестная конкуренция, ФЗ «О защите конкуренции») (таблица 2²⁹).

Таблица 2 – Динамика рассмотрения заявлений о факте недобросовестной конкуренции

Виды нарушений антимонопольного законодательства (Статья - Часть)	Рассмотрено заявлений					
	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	количе ство	удельный вес, в процентах	количе ство	удельный вес, в процентах	количе ство	удельный вес, в процентах
Ст.14.1 Запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации	2	8,7	7	12,07	5	10
Ст.14.2 Запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение	13	56,52	25	43,11	8	16
Ст.14.5 Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с использованием результатов интеллектуальной деятельности	4	17,39	0	0	0	0
Ст.14.6 Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения		0	8	13,79	5	10
Ст.14.8 Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции	4	17,39	18	31,03	32	64
ИТОГО	23	100	58	100	50	100

Как видно из таблицы 2 из восьми видов недобросовестной конкуренции, определенной ст. 14.1 - 14.8 ФЗ «О защите конкуренции» в исследуемом периоде не было получено заявлений по трем статьям:

– ст.14.3 Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного

²⁹ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

сравнения;

– ст.14.4 Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг;

– ст.14.7 Запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну.

Структура рассмотренных заявлений по статьям 14.1-14.8 ФЗ «О защите конкуренции» за 2015 - 2017 гг. представлена на рисунке 4³⁰.

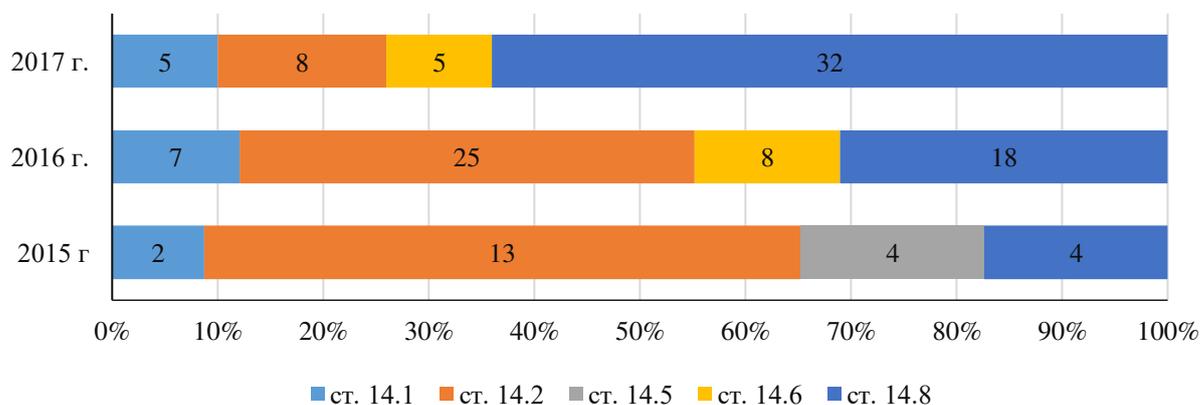


Рисунок 4 – Структура рассмотренных заявлений по статьям 14.1-14.8 ФЗ «О защите конкуренции» за 2015 - 2017 гг.

Как видно из рисунка 4 начиная с 2015 г. увеличивается удельный вес ст. 14.8 Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции. Рост с 17,39 %, до 64 %. Так же наблюдается значительное сокращение удельного веса по статье 14.2 в структуре, с 56,52 % до 16 %.

Правоприменительной практике иногда встречаются случаи признания недобросовестной конкуренцией действий хозяйствующего субъекта, побуждающих третьих лиц к отказу от исполнения или ненадлежащему исполнению заключенных с другим хозяйствующим субъектом договоров.

³⁰ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

Сущность данного проявления недобросовестной конкуренции состоит в подрыве хозяйственной деятельности конкурента за счет отказа от его товаров и услуг, расторжения с ним договоров.

При этом для квалификации противоправного характера указанных действий будут иметь значение недобросовестность методов, которые при этом используются. Соответственно, использование для побуждения третьих лиц к расторжению договоров с конкурентом иных методов, не являющихся противоречащими требованиям этики и морали, не рассматривается как недобросовестная конкуренция.

Так в 2017 г. характерные нарушений по данной статье:

- недобросовестная конкуренция на торгах по заключению договоров,
- взимание платы с граждан за гарантированный перечень бесплатных услуг,
- отказ от заключения договоров с заявителем с целью получения исключительного доступа к мониторинговой информации.
- осуществление регулярных пассажирских перевозок по междугородним маршрутам в отсутствие разрешительных документов.

Рассмотрим структуру заявления по фактам недобросовестной конкуренции в разрезе субъектов видов деятельности в 2017 г. (рисунок 5)³¹.

³¹ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).



Рисунок 5 – Структура рассмотренных заявлений по субъектам видов деятельности за 2015 - 2017 гг.

Как видно из рисунка 5 отрасли являются основными в структуре рассматриваемых заявления в 2017 г. Из общего объема заявлений по недобросовестной конкуренции 22 % занимают заявления в сфере прочих сфер деятельности, 20 % рынок страховых услуг и по 18 % приходится на торговлю, общественные услуги и ЖКХ

На рисунке 6³² представлен рейтинг статей ФЗ «О рекламе», по которым хозяйствующие субъекты чаще всего допускали нарушения в 2017 г.

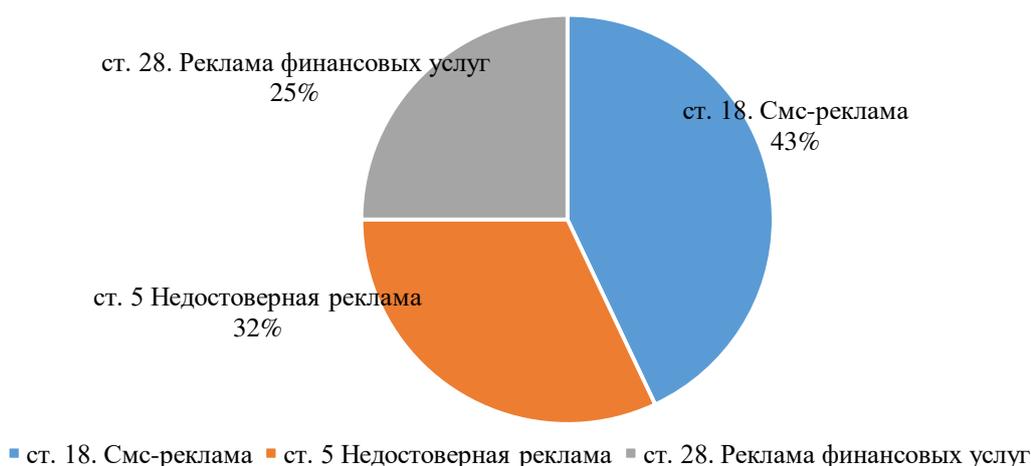


Рисунок 6 – Рейтинг нарушений по ФЗ «О рекламе»

³² Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

Наибольшее количество нарушений по ст. 18 «Смс-реклама» – 43 %, затем идет ст. 5 «Недостоверная реклама» – 32 % и с. 28 «Реклама финансовых услуг» (статья 28 Федерального закона «О рекламе») – 25 %.

Таким образом, Амурский УФАС России постоянно получает жалобы на недобросовестную рекламу или недобросовестную конкуренцию. Таким образом, в целях реализации возложенных полномочий, за период 2015 - 2017 гг. Амурским УФАС России всего было рассмотрено 1134 жалобы:

– 853 жалоб по вопросам нарушения антимонопольного законодательства из них 131 жалоба (15,36 %) это заявления по вопросам недобросовестной конкуренции. (ст. 14.1-14.8 ФЗ «О защите конкуренции»).

– 281 жалоба по вопросам нарушения ФЗ «О рекламе».

2.2 Правоприменительная практика Амурского УФАС по пресечению недобросовестной конкуренции и рекламы

Анализ заявлений по фактам осуществления недобросовестной конкуренции и нарушения законодательства «О рекламе» был проведен в пункте 2.1 данной главы. Проанализирована динамика и структура нарушений.

При осуществлении государственного контроля (надзора) антимонопольные органы активно используют институты предостережения и предупреждения. Рассмотрим динамику исполнения предупреждений по пресечению недобросовестной конкуренции по Амурскому УФАС за 2015 - 2017 гг., таблица 3³³.

Таблица 3 – Динамика исполнения предупреждений по Амурскому УФАС за 2015 - 2017 гг.

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение от	
				2015 г.	2016 г.
Выдано предписаний всего	14	66	61	47	-5
Выполнено предписаний	10	34	39	29	5

Как видно из таблицы 3 в 2015 году Амурским УФАС России выдано 14

³³ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

предупреждений, 10 из которых на конец 2015 года были выполнены, в 2016 году управлением выдано 66 предупреждений, в 2017 году выдано 61 предупреждение. Из них на конец 2017 года выполнено 39 предупреждений (в 2016 году - 34 предупреждения), 17 находились в стадии выполнения (в 2016 году аналогично). По 10 невыполненным предупреждениям в последствии возбуждены дела о нарушении антимонопольного законодательства (в 2016 году по 14 предупреждениям).

Можно сделать вывод, что проверяемые организации стремились решить проблему путем легкого решения – устранить замечания на месте, организации стремятся решить проблемы путем исправления ошибок сразу.

Рассмотрим динамику рассмотрения заявлений по фактам недобросовестной конкуренции за 2015 - 2017 гг. в разрезе устранения нарушения и возбуждения дела (таблица 4)³⁴.

Таблица 4 – Динамика рассмотрение заявлений по фактам недобросовестной конкуренции за 2015 - 2017 гг. в разрезе устранения нарушения и возбуждения дела

Виды нарушений антимонопольного законодательства	2015 г.				2016 г.				2017 г.			
	всего	в том числе			всего	в том числе			всего	в том числе		
		устранено до возбуждения дела	отказано в возбуждении	возбуждено дел		устранено до возбуждения дела	отказано в возбуждении дела	возбуждено дел		устранено до возбуждения дела	отказано в возбуждении дела	возбуждено дел
ст. 14.1	2		1	1	7	3	3	1	5	1	4	
ст. 14.2	13		6	7	25	3	22		8	2	5	1
ст. 14.5	4		3	1	0				0			
ст. 14.6					8		2	5	5		5	
ст. 14.8	4		3	1	18	1	13	4	32	3	26	2
ИТОГО	23	0	13	10	58	7	40	10	50	6	40	3

Как видно из таблицы 4 изменения, внесенные в ФЗ «О защите конкуренции», вступившие в силу с 01.01.2016 года, повлияли на статистику отчетности управления.

³⁴ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

В 2017 году Амурским УФАС России рассмотрено 83 заявления, по 24 (28,9 %) из них возбуждены дела по признакам нарушения Закона «О рекламе». По результатам рассмотрения дел выдано 35 предписаний об устранении нарушений рекламного законодательства.

Так, расширены механизмы «мягкого права», когда антимонопольной службой при выявлении нарушений антимонопольного законодательства выдается предупреждение, позволяющее лицам устранить такие нарушения до возбуждения антимонопольным органом дела, расширена сфера применения предупреждений на ряд составов, устанавливающих запрет на недобросовестную конкуренцию.

В случае выполнения предупреждения в установленный в нем срок лицо, которому выдано такое предупреждение, к административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства не привлекается, что в свою очередь стимулирует таких лиц к добровольному устранению признаков нарушения антимонопольного законодательства, а также повышает значение мер антимонопольного регулирования в качестве превентивных мер в профилактике нарушений.

После внесения вышеуказанных изменений в 2017 году объем выдаваемых Амурским УФАС России предупреждений сохраняется на высоком уровне по сравнению с периодом до вступления в силу изменений антимонопольного законодательства.

Динамика количества выданных предостережений свидетельствует о возможном начале формирования практики применения института предупреждения по расширенному четвертым антимонопольным пакетом перечню оснований к расширенному им же перечню лиц.

Так в 2016 - 2017 гг. устранено нарушение до возбуждения дела (выполнено предупреждений) по рассмотренным заявлениям 7 и 6 ед. соответственно.

В структуре рассмотренных заявлений наибольший удельный вес занимают заявления, после которых отказано в возбуждении дела (рисунок 7)

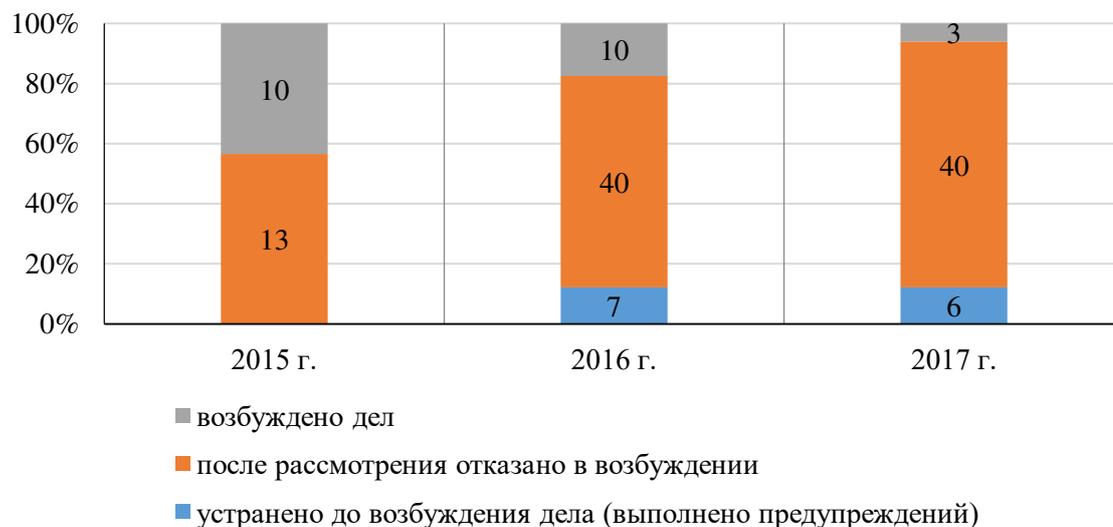


Рисунок 7 – Структура рассмотрения дел по направлениям

В 2017 г. по данному направлению удельный вес 80 % от общего числа заявок.

В 2015 - 2016 гг. возбуждено по 10 дел, а в 2017 г. всего 3 дела.

По 40 заявлениям как в 2016 г. так и в 2017 г. отказано в возбуждении дела.

Динамика прекращения возбуждения дел в 2015 - 2017 гг. представлена в таблице 5 ³⁶.

Таблица 5 – Динамика прекращения возбуждения дел в 2015 - 2017 гг.

Виды нарушений антимонопольного законодательства (Статья - Часть)	Всего возбужденных дел			Прекращено в связи с отсутствием факта нарушения			Принято решений о наличии нарушения					
							2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	всего	без выдачи предписания	всего	без выдачи предписания	всего	без выдачи предписания
ст. 14.1	1	1			1		1					
ст. 14.2	7	0	1	1			6	3			1	1
ст. 14.5	1	0					1	1				
ст. 14.6		5							5	1		

³⁵ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

³⁶ Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

ст. 14.8	1	4	2		2		1		2		2	2
ИТОГО	10	10	3	1	3	0	9	4	7	1	3	3

В 2015 году управлением из 23 рассмотренных заявлений по фактам осуществления недобросовестной конкуренции возбуждено 10 дел о нарушении антимонопольного законодательства, по 9 из которых решениями комиссий установлены факты нарушений, вынесено 4 постановления о привлечении к административной ответственности по статье 14.33 КоАП РФ.

В 2015 г. все 10 дел рассматривались по ст. 14.1 «Запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискриминации».

В 2016 году из 58 заявлений аналогично возбуждено 10 дел, по 7 из которых установлены факты нарушений, выдано 11 предупреждений о необходимости прекратить действия, содержащие признаки нарушений, 8 из которых выполнены, вынесено 7 постановлений.

В 2016 г. по ст. 14.1 было рассмотрено всего 2 дела (20 %).

В 2016 рассмотрено 5 дел по ст. 14.6 «Запрет за недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения» это 50 % от всех дел за этот год.

3 дела (30 %) в 2016 были рассмотрены по ст. 14.8 «Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции».

В 2017 года из 50 заявлений рассмотрено 3 дела с установлением факта нарушения, выдано 9 предупреждений, из которых 6 выполнено, вынесено 10 постановлений.

В 2017 г. одно дело рассматривалось по ст. 14.2 и два дела по ст. 14.8 ФЗ «О защите конкуренции».

За нарушения по Законам «О рекламе» Амурским УФАС России возбуждено 29 дел об административных правонарушениях. По 14 делам выданы предупреждения, по 15 - постановления о наложении штрафа.

Резкое снижение количества принятых решений о наличии нарушения в области недобросовестной конкуренции в 2017 году сохранилось и обусловлено теми же причинами: расширением перечня оснований, по которым

могут выдаваться предупреждения о прекращении действий (бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства; четвертым антимонопольным пакетом была введена новая глава 2.1 в ФЗ «О защите конкуренции», детализирующая перечень видов недобросовестной конкуренции, а статья 14 признана утратившей силу.

Для всестороннего изучения изложенных в заявлениях фактов, признаков нарушения антимонопольного законодательства специалистами управления направлялись запросы как хозяйствующим субъектам, так и органам государственной власти, органам местного самоуправления, анализировалось законодательство в различных сферах деятельности, причем не только, регулирующее вопросы конкуренции, но и иные отрасли права (гражданское, земельное, жилищное, законодательство об энергетике и другое), проводились плановые и по заданию ФАС России внеплановые (ГБУЗ АО «Амурское бюро судебно-медицинской экспертизы», торговые сети) выездные проверки.

«Статья 14.33. Недобросовестная конкуренция:

1) недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тыс. рублей;

2) недобросовестная конкуренция, выразившаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее ста тыс. рублей».

Ежегодно УФАС России пополняет доход Федерального бюджета не менее чем на 1500 млн. рублей за счет перечисления денежных средств от уплаченных штрафов.

Всего в течение 2017 года на основании принятых Амурским УФАС России решений о нарушении антимонопольного законодательства Амурским УФАС России вынесено 43 постановления о наложении штрафа по делам об административных правонарушениях (в 2016 – 55), в том числе:

- по статье 14.33 КоАП РФ (недобросовестная конкуренция) – вынесено 13 постановлений о наложении штрафов на сумму 643,9 тыс. рублей, (2016 год – 6 дела, 662 тыс. рублей);

- по ФЗ «О рекламе» вынесено 15 постановлений о наложении штрафа на сумму более 1 млн. рублей.

В настоящее время в Амурское УФАС продолжают поступают многочисленные заявления граждан на получение ими несанкционированной СМС рекламы, а также участились случаи жалоб на рекламу финансовых и ритуальных услуг.

Например, были выявлены нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» у ПАО «Восточный экспресс банк», согласно которой, реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать в себе все остальные условия, определяющие полную стоимость кредите (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее. Ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

Также в практике Амурского УФАС России встречаются примеры рассмотрения дел по признакам нарушения рекламного законодательства при рекламном продвижении особых услуг (товаров). В отчётном году, комиссией Амурского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее –

Комиссия) по заявлению физического лица, перенаправленного Прокуратурой города Благовещенска рассмотрено дело в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Детские мечты» (далее – ООО «Детские мечты»), выразившегося в распространении в 2017 году на территории города Благовещенска Амурской области на автобусных билетах информации с текстом следующего содержания: «Компания суррогатного материнства ООО «Детские мечты» Компания приглашает суррогатных матерей: девушки в возрасте до 35 лет, не имеющие передающихся половым путем заболеваний, генетических заболеваний, уже имеющие ребенка (детей) с положительным резус фактором группы крови. Сумма компенсации составляет 80 тыс. рублей».

Одной из особенностей указанной рекламы являлся тот факт, что потенциальными родителями могли стать исключительно иностранные граждане, что было установлено Комиссией в ходе рассмотрения данного дела, а также были установлены следующие обстоятельства.

Текст вышеуказанной рекламы, в том числе словосочетание «Компания суррогатного материнства», создает у потребителей ложное впечатление о том, что ООО «Детские мечты» является медицинской организацией, оказывающей услуги по акушерству и гинекологии (использованию вспомогательных репродуктивных технологий), кроме того, это впечатление усиливается сопровождением надписи о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов. В тексте рекламы отсутствует информация о том, что ООО «Детские мечты» оказывает посреднические услуги между потенциальными родителями и суррогатной матерью. Предупреждением о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов сопровождается реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий (часть 7 статьи 24 Закона «О рекламе»).

Комиссией установлено нарушение части 7 статьи 5 Федерального закона

«О рекламе», так как информация является ненадлежащей, искажает смысл и вводит в заблуждение, поскольку формирует у потребителей мнение о том, что ООО «Детские мечты» осуществляет медицинскую деятельность по акушерству и гинекологии (использованию вспомогательных репродуктивных технологий) и, соответственно, соблюдает все требования, предъявляемые к такой деятельности в соответствии с ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», Приказом Минздрава России от 30.08.2012 г. № 107н «О порядке использования вспомогательных репродуктивных технологий, противопоказаниях и ограничениях к их применению».

Решением Комиссии Амурского УФАС России от 06.06.2017 г. реклама признана ненадлежащей, действия ООО «Детские мечты» признаны нарушившими требования, установленные частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе». ООО «Детские мечты» выдано предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

В целях осуществления контроля за соблюдением антимонопольного законодательства Амурское УФАС вправе проводить проверки организаций (как федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, коммерческих и некоммерческих организаций, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей). Некоммерческие организации подлежат проверке исключительно в части соблюдения ими положений статей 10, 11, 14.1-14.8 - 17.1, 19 - 21 ФЗ «О защите конкуренции» при осуществлении ими предпринимательской деятельности или координации экономической деятельности других хозяйствующих субъектов. Плановые и внеплановые проверки проводятся в форме выездных и документарных проверок.

Основанием проведения плановой проверки является истечение трех лет со дня:

1) создания юридического лица или организации, государственной регистрации индивидуального предпринимателя в порядке, установленном законодательством РФ;

2) окончания проведения антимонопольным органом последней плановой проверки проверяемого лица.

3) Плановая проверка проводится не чаще чем один раз в три года. Предметом плановой проверки является соблюдение требований антимонопольного законодательства проверяемым лицом при осуществлении им своей деятельности.

В таблице 6 приведен отчет о проведении плановых проверок Амурского УФАС юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за 2015 - 2017 гг.³⁷.

Одна из целей проверок соответствие ст. 14.1-14.8. В 2015 - 2017 гг. было запланировано 13 проверок, все проверки выездные документарные, из которых 9 проверок совместных с другими контролирующими органами.

Таблица 6 – Отчет о проведении плановых проверок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за 2015 - 2017 гг.

Наименование юридического лица	Основание проведения проверки		Дата начала проведения проверки	Наименование органа государственного контроля (надзора), органа муниципального контроля, с которым проверка проводится совместно
	дата государственной регистрации и	дата окончания последней проверки		
1	2	3	4	5
2015 г.				
ОАО «Амурские коммунальные системы»	28.08.2003	10.03.2011	сен.15	1) Дальневосточное управление Ростехнадзора; 2) Управление ГИБДД УМВД по Амурской области
ЗАО «Торговый порт Благовещенск»	17.05.1994		сен.15	1) Министерство культуры и архивного дела Амурской области 2) Управление Росприроднадзора по Амурской области

³⁷ Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. 2015. URL: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261> (дата обращения: 11.06.2018).

ООО «Амурский бройлер»	14.07.1998		апр.15	1) Дальневосточное управление Ростехнадзора и по Амурской области 2) Государственной инспекции труда в Амурской области 3) Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Амурской области 4) Управления государственного регулирования цен и тарифов в Амурской области
УМ МП «Бурейский хлеб»	22.07.1999		окт.15	1) Дальневосточное управление Ростехнадзора
ООО «Максима Трейд»	19.07.2005	28.03.2011	окт.15	
ОАО «Молочный комбинат Благовещенский»	28.10.1992		окт.15	1) Министерство культуры и архивного дела Амурской области
ОАО АКБ «РОСБАНК»	02.03.1993	04.12.2009	фев.15	1) Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Амурской области
2016 г.				
ООО «АРТ-МАРКЕТ ОПТ»	22.01.2004	06.04.2012	авг.16	1) Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5
				Амурской области 2) Управление Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору по Забайкальскому краю и Амурской области
АО «Дальневосточная распределительная сетевая компания»	22.12.2005	22.10.2010	май.16	1) Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Амурской области 2) Дальневосточное межрегиональное территориальное управление Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии 3) ГУ МЧС России по

				Амурской области 4) администрация городского поселения «Город Завитинск»
2017 г.				
МК города Благовещенска «Городской сервисно-торговый комплекс»	31.01.1994	30.10.2013	фев.17	
ООО «ПРОД ЛАЙН»	19.04.2005	06.12.2013	апр.17	Дальневосточное управления Ростехнадзора
ОАО «ОБЛКОММУНСЕРВИС»	14.09.2010		июн.17	
ООО «ТОРГ ДВ»	20.03.2015		окт.17	

В результате не было выявлено правонарушений по ст. 14.1 - 14.8 о недобросовестной конкуренции.

Таким образом, если оценивать в разрезе количества обращений, то динамика имеет положительное значение – количество обращений увеличилось. А в разрезе выявляемых управлением нарушений (в том числе с учетом предупреждений) динамика принимает как положительное, так и отрицательное значение. Вместе с тем общий уровень выявляемых нарушений, несмотря на колебания в большей мере стабилен.

2.3 Проблемы и пути повышения качества контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией

ФАС России для пресечения и недопущения недобросовестной конкуренции, рекламных правонарушений работает во всех направлениях, указанных в Стратегией развития конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ на период 2013 – 2024 гг. Так, для создания благоприятной среды для эффективной защиты и развития конкуренции необходимо, чтобы были достигнуты следующие цели:

- создание благоприятных условий для развития конкуренции в ключевых отраслях экономики;
- повышение качества решений, принимаемых антимонопольными органами;
- усиление роли Службы как макрорегулятора экономики;

– формирование позитивного имиджа ФАС России и т. д.

Предусмотрены меры, которые должны быть предприняты. Например, запланировано совершенствование антимонопольного законодательства и практики его применения; создание действенных механизмов пресечения нарушений антимонопольного законодательства нерезидентами; повышение качества межведомственного взаимодействия (в т. ч. с судебными органами) и др.

Указанная Стратегия – еще один шаг на пути к защищенным и цивилизованным конкурентным отношениям.

Контроль за соблюдением антимонопольного законодательства РФ должен стать одним из приоритетных направлений в деятельности государства. Развитие всех видов предпринимательской деятельности требует пристального внимания со стороны соблюдения антимонопольного законодательства. Необходимо выявлять и пресекать факты недобросовестной конкуренции.

При этом подчеркнем, что речь ни в коей мере не идет о произвольном вмешательстве в хозяйственную деятельность, о тотальном контроле государством отдельных секторов экономики. Данное вмешательство должно быть законным и обоснованным, направленным исключительно на поддержку малого предпринимательства, развитие конкуренции, ограничение монополистической деятельности, защиту прав потребителя, недопущение фактов недобросовестной конкуренции.

Из проведенного анализа, можно сделать вывод, что за прошедшие 3 года, ежегодно увеличивается количество обратившихся в Амурский УФАС. Сотрудникам Амурского УФАС России приходится обрабатывать больше жалоб по контролю и надзору за соблюдением антимонопольного законодательства, в том числе и по пресечению недобросовестной конкуренции законодательства по рекламе.

За надзором за соблюдением антимонопольного законодательства и рекламной деятельностью занимаются всего 4 человека из двух отделов. Нагрузка на каждого сотрудника увеличилась практически на треть по сравнению с 2015 годом.

Мероприятия по контролю за соблюдением антимонопольного законодательства осуществляют сотрудники Амурского УФАС в соответствии с Положением.

Наряду с электронным документооборотом в Амурском УФАС большая часть информации продолжает передаваться в виде документов на бумажном носителе, что значительно снижает эффективность деловых процессов, связанных с документооборотом, требует привлечения значительных материальных и технических ресурсов (подготовка и тиражирование документов, пересылка, хранение и поиск документов, управление движением и контроль за исполнением документов и т.д.).

Несовершенство процессов формирования, обработки, текущего и архивного хранения и использования документации органов управления.

Также основной из таких проблем является – неуклонно растущий остаток неисполненных предписаний. Рассмотрев эту проблему, можно вычленить ряд проблем, влияющих на растущий остаток документов, к ним, в большей части можно отнести:

- отсутствие имущества, за счет которого возможно взыскать понесенные расходы по совершению исполнительных действий;

- отсутствие уголовной ответственности за уклонение от исполнения судебного решения в отношении должников.

Все это в совокупности дает рост неисполнительных документов.

Амурское УФАС России должна быстро отвечать на письма и запросы граждан, организаций и других государственных структур. Для этого в Амурском ФАС России реализована система электронного документооборота (СЭД).

В целях увеличения эффективности деятельности по организации проверок и производства УФАС России по Амурской области предполагается разработать модель формирования запроса в СЭД.

Проектируемый модуль должен выполнять следующие функции:

- а) формировать, отправлять запросы;

б) обеспечивать возможность осуществления межведомственного электронного взаимодействия Федеральной антимонопольной службы в целях получения сведений от сервисов: ФНС, ФССП Росавиации, Ростехнадзора, Роскомнадзора, Росреестра, Казначейства и т.д.

Работы по модернизации СЭД должны выполняться в три этапа.

I этап – Анализ и формирование требований к модулю СЭД. Разработка и согласование частных технических заданий (ЧТЗ) на наиболее важные компоненты системы:

– ЧТЗ «Разработка требуемых журналов регистрации документов. Ввод, изменение, удаление и поиск информации в этих журналах»;

– ЧТЗ «формирование запроса»;

– ЧТЗ «Сопряжение с системой межведомственного электронного документооборота (МЭДО)»;

– ЧТЗ «Сопряжение с системой межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ)».

II этап – Реализация работ по выполнению технического задания и частных технических заданий. Сборка и выпуск дистрибутива. Установка и внедрение модуля СЭД на объекте автоматизации. Приемка-сдача системы в опытную эксплуатацию.

III этап – Проведение опытной эксплуатации на объекте автоматизации. Ввод в промышленную эксплуатацию ПО.

Для приемки СЭД должна быть создана комиссия. В состав комиссии должны входить представители Заказчика и Исполнителя.

Исполнитель должен предоставить Заказчику услуги по консультированию в части установки и настройки СЭД.

Для реализации данного мероприятия Амурскому УФАС потребуется выделить 97 тыс. рублей - таблица 7.

В среднем в работе над одним производством исполнитель направляет по 8 запросов в различные организации. Требуемое время для формирования запроса 5 минут. Ежедневно у исполнителя порядка 3-х дел, а значит ежедневно

на рассмотрение, он тратит $3 \times 8 \times 5 = 120$ мин (или 2 часа).

При введении программы, время на рассмотрение и отправку запросов сократится до 1 минуты ($3 \times 8 \times 1 = 24$ мин) или в общем до 24 минут, что будет в 5 раза меньше чем до введения модуля СЭД.

Таблица 7 – Денежные затраты для реализации программы

Наименование операций	Исполнители	Затраты (руб.)
Проведение конкурса по выбору компании	Амурское УФАС	-
Заключение договора на разработку программы	Амурское УФАС, директор	-
Разработка программы	Директор компании, члены компании, члены компании	97000
Установка программы	Директор, представитель Амурское УФАС	
Подписание разработанной программы к установке	Директор, представитель Амурское УФАС	-
Установка программы	Программисты	-
Проверка программы	Программисты, начальник отдела	-
Доработка недостатков программы	Программисты, члены компании	-
Тестирование программы после доработки	Программисты, сотрудники отдела, начальник отдела	-
ИТОГО		97000

Рабочий день отделе составляет 8 часов это 100 % времени, а 2 часа это 25 % времени, соответственно исполнитель тратит четверть времени на отправку запросов в различные организации. При введении модуля СЭД Затраты времени составят 5 %, что на 20 % пунктов ниже до внедрения программы. Эффективность внедряемой программы будет рассчитана исходя из того, сколько сотрудник отдела сможет сэкономить рабочего времени (таблица 8).

Таблица 8 – Расчет эффективности внедрения мероприятия

Показатель	Исходная программа	Предлагаемый программный комплекс	Отклонение
Время на рассмотрение и отправку запроса из расчета на 1 заявление (мин)	5	1	- 4
Общее время на рассмотрение и отправку запроса в день (при среднем возбуждении 3 заявлений) (мин)	120	24	- 96
Процент рабочего времени, который занимает рассмотрение и отправку жалоб	25	5	- 20

(при 8 часовом рабочем дне), в процентах			
--	--	--	--

Из таблицы 8 видно, что предлагаемый модуль СЭД дает экономию 4 минуты на рассмотрение и отправку запроса из расчета на 1 заявление, из чего общее время на рассмотрение и отправку запроса в день (при среднем 3 заявления) сокращается со 120 минут до 24 минут (на 80 %). За счет внедрения нового модуля процент рабочего времени, занимаемый рассмотрением и отправкой запросов по организациям, при 8 часовом рабочем дне сократиться на 25 процентных пункта с 28,75 % до 3,75 %.

Таким образом, разница в чел./час составляет 1,6 чел./час. (96 мин).

Рассчитаем стоимость рабочего времени сотрудника. В среднем ежемесячная заработная плата сотрудника равна 40480 руб., тогда заработная плата за час работы составит – $40480 : 22 : 8 =$ руб.

Рассчитаем экономию после внедрения модуля СЭД.

$1,6 \text{ час.} \times 230 \text{ руб.} \times 22 = 8096 \text{ руб.}$ в месяц.

Ежемесячная экономия составит 8096 руб. Планируемые затраты на внедрение дополнительного модуля СЭД 97000 руб. окупятся за 1 год ($97000 : 8096 \approx 12$ мес.).

Таким образом, для Амурского УФАС России целесообразно внедрение модуля формирования запроса в различные организации в СЭД Амурского УФАС России. Для обеспечения эффективности работы необходимо внедрение дополнительного модуля.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе были рассмотрены вопросы контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией. Необходимость осуществления государственного контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией выражается в том, что в конкурентной борьбе на товарных рынках, рынках услуг, предприниматели прибегают к запрещенным законодательством методам и способом рекламы и конкуренции.

Конкуренция неспособна к должной саморегуляции, поэтому в целях обеспечения оптимального функционирования рынка требуется правовое регулирование некоторых аспектов конкурентных отношений, в том числе в пресечении и недопущении недобросовестной конкуренции, рекламы. 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.

В последние годы заметно усилилось правовое регулирование контроля за рекламой и недобросовестной рекламой. Развивается антимонопольное законодательство. В результате сложилась определенная нормативно-правовая база в сфере контроля за рекламой и недобросовестной рекламой. Правовой основой являются федеральные законы и нормативные акты иного уровня, подкрепленные Конституцией Российской Федерации.

Функции контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы и ненадлежащей конкуренцией возложены на ФАС России. ФАС России принимает нормативные правовые акты, в сфере конкуренции на товарных рынках, защиты конкуренции на рынке финансовых услуг, деятельности субъектов естественных монополий и рекламы. На территории Амурской области государственный контроль за рекламой и недобросовестной конкуренцией осуществляет Амурское УФАС.

Процесс принятия оптимального единственно верного решения в

отношении недобросовестных действий хозяйствующих субъектов со стороны 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 работе подходы дают представление о ключевых направлениях исследования вопросов, связанных с формированием комплексного представления о проблемах развития и направлениях пресечения недобросовестной конкуренции в России.

Суть государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства и законодательства о конкуренции заключается в том, что государство непосредственно через федеральные органы власти минимально вмешивается в предпринимательскую деятельность, за исключением прямых запретов на отдельные виды рекламы или методов конкуренции, но при этом максимально контролирует соблюдение законодательства всеми участниками рынка.

Изложенное позволяет правильно определить подлежащий применению закон и конкретные правовые нормы для наиболее эффективного пресечения нарушения.

Вторая часть посвящена анализу деятельности Амурского УФАС России – территориального органа ФАС России за 2015 - 2017 гг. Амурский УФАС России осуществляет контроль на территории Амурской области за соблюдением законодательства и иных нормативных правовых актов РФ в сфере осуществления функций по контролю пресечения и недопущения недобросовестной конкуренцией, рекламы путем рассмотрения жалоб, проведения плановых и внеплановых проверок. В целях реализации возложенных полномочий, за период 2015 - 2017 гг. Амурским УФАС России всего было рассмотрено 1134 жалобы из них 131 жалоба (15,36 %) это заявления по вопросам недобросовестной конкуренции. (ст. 14.1 - 14.8 ФЗ «О защите конкуренции») и 281 жалоба (24,8 %) по вопросам нарушения ФЗ «О

рекламе».

Развитие антимонопольного законодательства (четвертый и предыдущие антимонопольные пакеты) продолжает оказывать влияние на динамику правоприменительной практики практически по всем сферам антимонопольного регулирования. Так общее число рассмотренных жалоб в 2017 г. составило 299 ед. сокращение за три года на 51,6 %.

Следует отметить новеллы антимонопольного регулирования, связанные с его либерализацией: смягчена административная ответственность за антимонопольные нарушения, расширена сфера применения института предупреждений. Из восьми видов недобросовестной конкуренции, определенной ст. 14.1 - 14.8 ФЗ «О защите конкуренции» в исследуемом периоде получено заявлений по пяти статьям (14.1, 14.2, 14.5, 14.6, 14.8). Начиная с 2015 г. увеличивается удельный вес ст. 14.8 Запрет на иные формы недобросовестной конкуренции. Рост с 17,39 %, до 64 %. Так же наблюдается значительное сокращение удельного веса по статье 14.2 в структуре, с 56,52 % до 16 %.

Из общего объема заявлений по недобросовестной конкуренции 22 % занимают заявления в сфере прочих сфер деятельности, 20 % рынок страховых услуг и по 18 % приходится на торговлю, общественные услуги и ЖКХ.

Наибольшее количество нарушений законодательства о рекламе, зарегистрировано по ст. 18 «Смс-реклама» – 43 %, затем идет ст. 5 «Недостоверная реклама» – 32 % и с. 28 «Реклама финансовых услуг» (статья 28 Федерального закона «О рекламе») – 25 %.

В 2017 году выдано 61 предупреждение. Из них на конец 2017 года выполнено 39 предупреждений, 17 находились в стадии выполнения. По 10 невыполненным предупреждениям в последствии возбуждены дела о нарушении антимонопольного законодательства.

В 2017 году Амурским УФАС России рассмотрено 83 заявления, по 24 (28,9 %) из них возбуждены дела по признакам нарушения Закона «О рекламе». По результатам рассмотрения дел выдано 35 предписаний об устранении

нарушений рекламного законодательства.

В 2017 года из 50 заявлений о недобросовестной конкуренции рассмотрено 3 дела с установлением факта нарушения, выдано 9 предупреждений, из которых 6 выполнено, вынесено 10 постановлений.

За нарушения по Законам «О рекламе» Амурским УФАС России возбуждено 29 дел об административных правонарушениях. По 14 делам выданы предупреждения, по 15 - постановления о наложении штрафа.

Всего в течение 2017 года на основании принятых Амурским УФАС России решений о нарушении антимонопольного законодательства Амурским УФАС России вынесено 58 постановлений о наложении штрафа по делам об административных правонарушениях, в том числе:

- по статье 14.33 КоАП РФ (недобросовестная конкуренция) – вынесено 13 постановлений о наложении штрафов на сумму 643,9 тыс. рублей, (2016 год – 6 дела, 662 тыс. рублей).

- по ФЗ «О рекламе» вынесено 15 постановлений о наложении штрафа на сумму более 1 млн. рублей.

В настоящее время в Амурское УФАС продолжают поступают многочисленные заявления граждан на получение ими несанкционированной СМС рекламы, а также участились случаи жалоб на рекламу финансовых и ритуальных услуг.

В целях осуществления контроля за соблюдением антимонопольного законодательства Амурское УФАС вправе проводить проверки организаций. В 2015 - 2017 гг. было запланировано 13 проверок, все проверки выездные документарные, из которых 9 проверок совместных с другими контролирующими органами.

Наряду с электронным документооборотом в Амурском УФАС большая часть информации продолжает передаваться в виде документов на бумажном носителе, что значительно снижает эффективность деловых процессов, связанных с документооборотом, требует привлечения значительных материальных и технических ресурсов, несовершенство процессов

формирования, обработки, текущего и архивного хранения и использования документации органов управления.

Также основной из таких проблем является – неуклонно растущий остаток неисполнительных предписаний. В Амурском ФАС России реализована система электронного документооборота (СЭД).

Для повышения качества контроля рекламы и недобросовестной конкуренции предложено внедрение модуля формирования запроса в различные организации в СЭД Амурского УФАС России. Проектируемый модуль должен выполнять следующие функции: формировать, отправлять запросы; обеспечивать возможность осуществления межведомственного электронного взаимодействия Федеральной антимонопольной службы в целях получения сведений от сервисов: ФНС, ФССП Росавиации, Ростехнадзора, Роскомнадзора, Росреестра, Казначейства и т.д.

Экономия рабочего времени на одного сотрудника 1,6 час в день. Ежемесячная экономия в заработной плате – 8096 руб. Затраты 97 тыс. рублей на внедрение модуля СЭД окупятся за 1 год.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алехина, К.В. Понятие и формы недобросовестной конкуренции в правовой доктрине, законодательстве и на практике / К.В. Алехина // Юридические науки, правовое государство и современное законодательство. – 2018. – С. 130 - 133.
- 2 Астафьева, Т.А. Антимонопольная политика в России / Т.А. Астафьева, А.Н. Семенова // Академическая публицистика. – 2017. – № 12. – С. 315 - 320.
- 3 Боженок, С.Я. Правовое регулирование в сфере защиты конкуренции / С.Я. Боженок // Журнал российского права. – 2017. – № 1 (241). – С. 24 - 29.
- 4 Бокова, М.Н. Административно-правовой механизм защиты конкуренции / М.Н. Бокова, Д.В. Завражина // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2018. – № 9. – С. 118 - 121.
- 5 Бондаренко, И.А. Развитие взглядов на природу монополии и эффект монополизма с позиций современной оценки эффективности антимонопольной политики государства / И.А. Бондаренко // *A posteriori*. – 2017. – № 4. – С. 4-6. [Электронный ресурс] // Электронная библиотека онлайн: офиц. сайт. – 2014. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29068930>. – 15.05.2018.
- 6 Борисова, Л.Н. О региональном аспекте антимонопольного контроля в сфере тарифного регулирования и его влиянии на развитие конкуренции / Л.Н. Борисова // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2017. – № 6 (119). – С. 142 - 145.
- 7 Буринов, А.М. Конкуренция: общее понятие и ценностная характеристика / А.М. Буринов, Л.Д. Буринова // Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики: коллективная монография. – Уфа: Омега, 2018. – С. 22-34.
- 8 Бурлакова, Е.В. Антимонопольная политика в Российской Федерации / Е.В. Бурлакова, С.М. Качалова // Инновационная экономика и право. – 2017. – № 4 (9). – С. 93 - 97.
- 9 Вайпан, В.А. «Четвертый антимонопольный пакет» и социальная

справедливость / В.А. Вайпан // Актуальные вопросы современного конкурентного права. – М.: Юстицинформ, 2017. – Вып. 1. – С. 45.

10 Галифанов, Г. К вопросу о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом / Г. Галифанов, Р. Галифанов // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. – № 1. – С. 17 - 32.

11 Голубева, С.С. Значение, проблемы и перспективы развития антимонопольной политики в России [Электронный ресурс] // NovaUm. – 2017. – № 10. – С. 140-143. – Режим доступа : <http://novaum.ru/archive/number-10>. – 22.05.2018.

12 Государственный Совет Российской Федерации: Доклад о приоритетных направлениях деятельности субъектов Российской Федерации по содействию развитию конкуренции в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба России: офиц. сайт. – 2014. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/622661>. – 08.06.2018.

13 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 23 мая 2018 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03 июня 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

14 Гречушкина, К.М. Правовые основы борьбы с недобросовестной конкуренцией в России / К.М. Гречушкина // Приоритетные направления развития правовой системы общества. – 2018. – С. 47 - 51.

15 Демин, М.Б. Предупреждение и пресечение недобросовестной конкуренции как одно из главных направлений развития антимонопольных отношений в условиях глобализации / М.Б. Демин, В.Б. Вакс // Актуальные проблемы экономики и права. – 2009. – № 4. – С. 128- 1 35.

16 Доклад об осуществлении государственного контроля (надзора) Федеральной антимонопольной службой в соответствующих сферах деятельности и об эффективности такого контроля (надзора) в 2017 году [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба России: офиц. сайт. – 2014. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/618797>. – 15.06.2018.

17 Ергин, С.М. Цензовый рынок как экономическая форма существования монополий / С.М. Ергин, Е.И. Ергина // Вестник Академии знаний. – 2017. – № 23 (4). – С. 79 - 91.

18 Жигун, Л.А. Либерализация политики антимонопольного регулирования доминирующего положения на рынках России / Л.А. Жигун // Актуальные вопросы современной экономики. – 2017. – № 1. – С. 3 - 16.

19 Итоги работы Амурского УФАС России за 2017 год [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261>. – 11.06.2018.

20 Камалиева, Л.А. К вопросу о путях развития уголовно-правовых мер защиты конкуренции / Л.А. Камалиева, Ю.Г. Следь // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7. – № 1 (22). – С. 359 - 361.

21 Кислицын, Е.В. Ограниченная конкуренция vs квазиконкуренция: исследование традиционных промышленных рынков в России / Е.В. Кислицын, С.В. Орехова // Вестник НГИЭИ. – 2017. – № 12 (79). – С. 102 - 116.

22 Ковалев, С.А. Актуальные вопросы правового регулирования контроля недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама как частный случай недобросовестной конкуренции / С.А. Ковалев // Лучшая студенческая статья 2018. – в. 2 ч. – 2018. – Ч.1. – С. 191 - 198.

23 Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 23 апреля 2018 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 14 мая 2018 г.) Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

24 Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта 1883 г.) (ред. от 02 октября 1979 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

25 Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с учетом поправок, внесенных

Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 05 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 г. № 11-ФКЗ). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

26 Кравцевич, С.В. Предмет-объектная сторона понятий «рынка» и «конкуренции» в исследовании «обмена» / С.В. Кравцевич // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 2 (28). – С. 41 - 45.

27 Кравцевич, С.В. Системные представления о конкуренции / С.В. Кравцевич // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2018. – № 2. – С. 37 - 46.

28 Кравцевич, С.В. Теоретико-методологические аспекты типовой структуры конкуренции / С.В. Кравцевич, О.С. Тулохонов // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2018. – № 2. – С. 47 - 50.

29 Куркина, Н.В. К вопросу нормативно-правовой регламентации понятия «недобросовестная конкуренция» / Н.В. Куркина, Р.А. Звягин // Актуальные вопросы образования и науки. – 2018. – С. 185 - 186.

30 Куркина, Н.В. К вопросу трактовки понятия недобросовестная конкуренция / Н.В. Куркина, М.А. Метельский // Актуальные вопросы образования и науки. – 2018. – С. 187 - 188.

31 Куркина, Н.В. Полномочия антимонопольных органов в сфере контроля за недобросовестной конкуренцией / Н.В. Куркина, А.О. Бугаевская // Актуальные вопросы образования и науки. – 2018. – С. 182 - 184.

32 Ларина, Т.Ю. Недобросовестная конкуренции в сфере интеллектуальной собственности в международном праве / Т.Ю. Ларина, И.А. Дубровская // XXII международные научные чтения (Б.Ф. Галеркина). – 2018. – С. 62 - 65.

33 Малютина, О.А. Ненадлежащая реклама и недобросовестная конкуренция: коллизия или конкуренция норм / О. А. Малютина // Юридическая техника. – 2017. – № 11. – С. 498 - 500.

34 Новикова, К.А. Правовое регулирование защиты от недобросовестной конкуренции / К.А. Новикова // Современная наука: новые подходы и актуальные исследования. – 2018. – С. 551 - 555.

35 О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 04 июня 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

36 О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 18. апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

37 О коммерческой тайне [Электронный ресурс]: федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ (ред. от 18 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

38 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»: постановление Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 г. № 58 // Вестник ВАС РФ. – 2012. – № 12. – С. 13.

39 О применении «четвертого антимонопольного пакета» [Электронный ресурс]: письмо ФАС России от 24 декабря 2015 г. № ИА/74666/15. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

40 О рекламе [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 03 апреля 2018 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

41 Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по надзору за соблюдением законодательства о рекламе путем проведения проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе [Электронный ресурс]: приказ ФАС России от 04 июня 2012 г. № 360 (ред. от 30 марта 2017 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

42 Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе [Электронный ресурс]: приказ ФАС России от 23 ноября 2012 г. № 711/12 (ред. от 17 сентября 2015 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

43 Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации [Электронный ресурс]: приказ ФАС России от 25 мая 2012 г. № 339 (ред. от 16 февраля 2016 г.). Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

44 Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе [Электронный ресурс]: информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25 декабря 1998 г. № 37. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

45 Поротников, П.А. Применение норм административного законодательства в рамках обеспечения добросовестной конкуренции / П.А. Поротников // Актуальные проблемы государства и общества в области обеспечения прав и свобод человека и гражданина. – 2018. – № 5. – С. 122 - 125.

46 Потапова, Н.В. Актуальные вопросы ответственности за ненадлежащую рекламу в гражданском обороте товаров и услуг [Электронный ресурс] // AdvancedScience: офиц. сайт. – 2017. – Режим доступа: [http://advanced-science.ru/potapova-n.-v.-4\(2017\)](http://advanced-science.ru/potapova-n.-v.-4(2017)). – 13.05.2018.

47 Проект Доклада о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2017 год (по состоянию на 20.04.2018 г.) [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба России. – 2014. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/626604>. – 08.06.2018.

48 Рейтинг открытости вызвал сомнения // Конкуренция сегодня. 2018. № 2. С. 10-11 [Электронный ресурс] // Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю: офиц. сайт. – 2018. – Режим доступа: http://habarovsk.fas.gov.ru/sites/habarovsk.f.isfb.ru/files/news/2018/03/06/konkurenciya_segodnya_2018-02.pdf. – 10.06.2018.

49 Ремизов, Н. Работать и учиться по профессиональному стандарту / Н. Ремизов // Конкуренция сегодня. – 2018. – № 2. – С. 27 - 29.

50 Симкин, Я.Р. Правовые критерии определения недобросовестной конкуренции в рекламе / Я.Р. Симкин // Actualscience. – 2017. – № 3. – С. 275 – 276 [Электронный ресурс] // Электронная библиотека онлайн: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28947652>. – 05.06.2018.

51 Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013 - 2024 гг. [Электронный ресурс]: утв. Президиумом ФАС России 03 июля 2013 г. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

52 Сурнина, К.С. Ю.М. Конкуренция в предпринимательстве / К.С. Сурнина, Ю.М. Дененберг // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – № 1. – С. 4 -8 [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «Apriori. серия: гуманитарные науки» : WWW.APRIORI-JOURNAL.RU : офиц. сайт. – 2016. – Режим доступа: <http://apriori-journal.ru/serial/1-2018/Surnina-Denenberg.pdf>. – 16.05.2018.

53 Тарабрина, Д.Д. Недобросовестная реклама как составляющая недобросовестной конкуренции. Влияние на потребителя / Д.Д. Тарабрина // Инновационная экономика и право. – 2017. – № 4 (9). – С. 138 - 141.

54 Уголовный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 23. апреля 2018 г., с изм. от 25 апреля 2018 г.) Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

55 Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа: <http://amur.fas.gov.ru/page/23261>. – 11.06.2018.

56 Феоктистова, О.В. Деятельность антимонопольных органов в сфере пресечения недобросовестной рекламы /О.В. Феоктистова // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – № 8. – С. 204 - 211.

57 Фоменко, А.С. Современные проблемы административно-правовой защиты от недобросовестной конкуренции / А.С. Фоменко // Научное

сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
[Электронный ресурс] // СибАк: офиц. сайт. – 2015. – Режим доступа:
<https://sibac.info/studconf/hum/xxxvii/43807> – 10.06.2018.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции по контролю за недобросовестной конкуренцией РФ

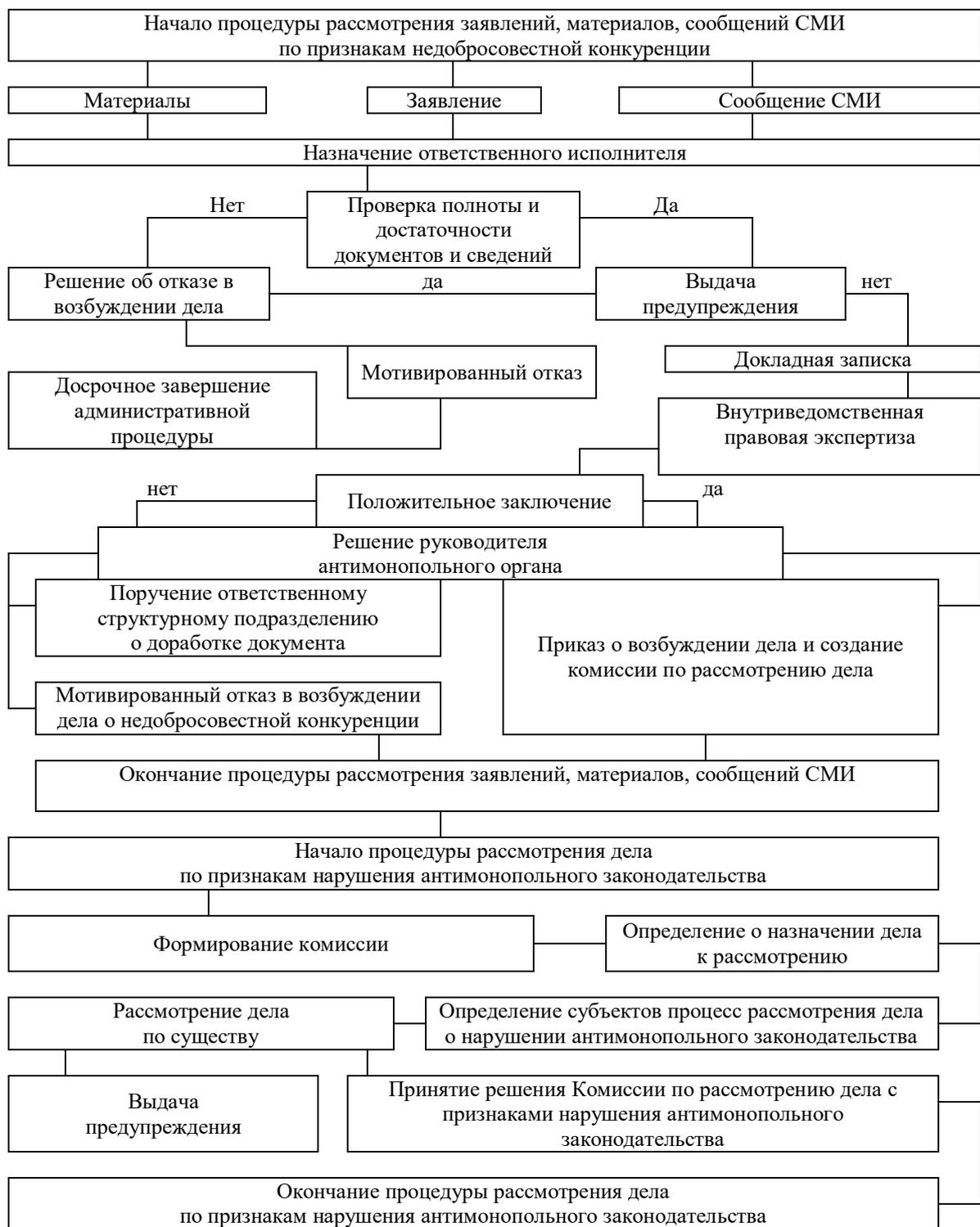


Рисунок А.1 – Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции

по контролю за недобросовестной конкуренцией РФ

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции контролю за нарушениями законодательства о рекламе



Рисунок Б.1 – Блок-схема исполнения ФАС России государственной функции контролю за нарушениями законодательства о рекламе

