Санкт-Петербургский государственный университет

направление «Юриспруденция»

**Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции**

Выпускная квалификационная работа

студента 2 курса магистратуры

очной формы обучения

Ивановой Алины Афанасьевны

Научный руководитель:

доктор юридических наук, доцент

Петров Дмитрий Анатольевич

 Санкт-Петербург

2018 год

Оглавление

Введение………………………………………………………………………...4

**Глава 1. Содержание запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем дискредитации**…………………………………………………………………..7

§1.1. Правовая природа запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем дискредитации………………………………………………………………..…..7

§1.2. Объективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем дискредитации…………………………………..……18

§1.3. Субъективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемойпутем дискредитации…………………………………..…...25

**Глава 2. Формы недобросовестной конкуренции, осуществляемой путем дискредитации**………………………………………………..………..………29

§2.1. Распространения сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара…………………………………………………………………………....29

§2.2. Распространения сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении количества товара и спроса на него……………………………………………………………………………....37

§2.3. Распространения сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, в частности цены товара………………………………………………………………………..…..44

**Глава 3. Способы защиты права, нарушенного в результате совершения акта недобросовестной конкуренции путем дискредитации**………………………………………………………………..48

§3.1. Признание незаконными актов недобросовестной конкуренции, совершенных путем дискредитации………………………………………....48

§3.2. Возмещение вреда, возникшего в результате совершения недобросовестной конкуренции путем дискредитации…………………….54

**Заключение**……………………………………………………………..…….61

Список источников……………………………………….…………………..63

**Введение**

С 5 января 2016 года вступили в силу ряд существенных изменений в Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» известных как «четвертый антимонопольный пакет»[[1]](#footnote-1). В числе поправок – замена действующей ст. 14 Закона о защите конкуренции, посвященной недобросовестной конкуренции, новой главой 2.1. Современной экономике России, как и другим странам мира, свойственно такое явление, как недобросовестная конкуренция, которая оказывает значительное влияние на экономические процессы. Для предупреждения и преодоления недобросовестной конкуренции необходимо выработать четкую государственную политику, направленную на создание и поддержку условий добросовестной конкуренции. Одним из действенных способов борьбы с данным явлением является принятие законов и нормативных актов, в которых закреплено - какие действия следует признавать недобросовестной конкуренцией и какая ответственность предусмотрена за нарушение соответствующих правовых норм. Необходимость совершенствования правового регулирования недобросовестной конкуренции назрела давно. В Федеральный закон «О защите конкуренции» были внесены изменения, согласно которым была добавлена глава 2.1 «Недобросовестная конкуренция», которая состоит из ст. 14.1–14.8, раскрывающих содержание форм недобросовестной конкуренции[[2]](#footnote-2). Одной из таких форм является дискредитация.

 Идея расширить и конкретизировать антимонопольное законодательство в сфере недобросовестной конкуренции прорабатывалась уже давно. Еще весной 2014 года ФАС России разработала концепцию новой главы Закона о защите конкуренции, посвященной недобросовестной конкуренции. Данная концепция учитывала зарубежную практику (в частности, практику Германии), а также накопившийся опыт судов и антимонопольных органов по применению ст. 14 Закона о защите конкуренции.[[3]](#footnote-3)

 Основным направлением деятельности являлось установление в законе детальных запретов на различные по своей сущности недобросовестные действия хозяйствующих субъектов. Разделение и конкретизация составов были призваны в первую очередь упростить понимание запретов субъектами рынка.

Таким образом, для оценки потенциального эффекта внесенных изменений необходимо обратиться к конкретным примерам текущей судебной практики.

Актуальность темы исследования. Одним из основных признаков рыночных отношений является столкновение экономических интересов субъектов предпринимательской деятельности. Для современного общества очень важно, чтобы соперничество такого рода не приводило к применению методов конкурентной борьбы, которые принято называть недобросовестной конкуренцией. Вместе с тем, нечестные методы конкурентной борьбы давно стали привычными на рынке. В настоящее время можно утверждать, что недобросовестная конкуренция — социально-правовое явление.

Степень разработанности темы исследования. Интерес к проблемам, связанным с развитием конкуренции, правового регулирования и правового стимулирования в этой области в современном отечественном правоведении возник относительно недавно. Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является рассмотрение дискредитации как формы недобросовестной конкуренции.

Для достижения этой цели последовательно решаются следующие задачи:

- сформулировать понятие дискредитации;

- охарактеризовать современное государственно-правового регулирования дискредитации;

- проанализировать проблемы, возникающие при квалификации действии в качестве дискредитации

Объект исследования составляют общественные отношения, возникающие в процессе конкуренции.

Предметом исследования выступает дискредитация как форма недобросовестной конкуренции

Методологическая основа исследования. Наряду с диалектическим методом, составившим основу исследования, были использованы приемы, способы и методы познания, апробированные юридической наукой: общенаучные (системный, исторический, структурно-функциональный, анализ, синтез, обобщение, абстрагирование, сравнение, аналогия, моделирование и др.) и частнонаучные (формально-юридический, сравнительно-правовой, статистический, конкретизация, толкование и др.).

Сравнительно-правовой: метод использовался для сравнения особенностей системы противодействия-недобросовестной конкуренции, в России и иных государствах. Системный подход был использован в процессе исследования видов недобросовестной конкуренции, а также при исследовании связей недобросовестной конкуренции и предпринимательства.

**Глава.1. Содержание запрета на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации**

**§1.1. Правовая природа запрета на недобросовестную конкуренцию, совершенную путем дискредитации**

Дискредитация как форма недобросовестной конкуренции выделяется в отдельную ст. 14.1 Закона о защите конкуренции. Указанная статья Закона о защите конкуренции устанавливает три возможные формы нарушения такого запрета: 1) в отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования товара, а также его пригодности для определенных целей; 2) количества товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического спроса на такой товар; 3) условий, на которых товар предлагается к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом (в частности, цены товара)[[4]](#footnote-4). Указанный перечень не является закрытым. Он был введен на основании обобщения существующей правоприменительной практики и указывает на наиболее типичные способы нарушения данного запрета. Не рассматриваются в качестве конкурентов хозяйствующие субъекты, осуществляющие деятельность на разных товарных рынках. В этом случае состав нарушения запрета недобросовестной конкуренции отсутствует, то есть самого по себе распространения дискредитирующих сведений недостаточно для установления в действиях лица признаков акта недобросовестной конкуренции. Однако при всей очевидности данного положения антимонопольный орган не всегда надлежащим образом исследует вопрос о наличии конкурентных отношений между субъектами. В связи с этим анализ структуры товарного рынка имеет существенное значение для принятия законного и обоснованного решения при рассмотрении дел данной категории.

Ст. 14.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» действует с 5 января 2016 г[[5]](#footnote-5). С этой даты утратила силу ст. 14 данного Закона, в которой ранее был установлен запрет на недобросовестную конкуренцию. В каком случае можно говорить о дискредитации, как складывается практика антимонопольных органов и судебная практика по данному нарушению? Например, как выявляют ложную дискредитацию?

Дискредитация обычно определяется как любое ложное утверждение относительно конкурента, который может нанести вред его коммерческому благополучию. Вводя в заблуждение, дискредитирующее лицо пытается привлечь клиентов для себя при помощи ложной информации. Дискредитация всегда включает нападение на конкретного предпринимателя или определенную категорию предпринимателей, но не редко такие действия могут привести к тому, что может пострадать не только конкурент, но и потребитель.

В некоторых странах правдивое высказывание о конкуренте может считаться недобросовестной конкуренцией, если «атака» взорвана из пропорции, или если используемые слова бесполезны. С другой стороны, некоторые страны прямо ограничивают понятие дискредитации неточным или наименее вводящие в заблуждение заявления. Объяснение этой разницы в отношениях можно найти в расходящихся оценка «коммерческой чести». Если закон о недобросовестной конкуренции имеет корни в защите коммерческой репутации личности бизнесмена, как это происходит в странах континентальной Европы - «возникновение особого деликта делового унижения», которому, в принцип, гораздо более строгие правила применяются, чем к клеветническим заявлениям за пределами границы конкуренции, где конституционные соображения, такие как свобода слова должна быть принята во внимание. В других странах, особенно тех, которые не разработали всеобъемлющую систему защита от недобросовестной конкуренции, отношение в точности противоположное: это предполагается, что в интересах конкуренции нападения на отдельных конкуренты неизбежны, они должны быть широко допущены и что линия должна быть указана только там, где атака основана на ложных фактах. В эти страны, как правило, также несет бремя доказывания в отношении фальшивость высказывания, которая может иногда совершать действия невозможно

Запрет на недобросовестную конкуренцию во всех ее формах установлен главой 2.1 Закона о защите конкуренции[[6]](#footnote-6).

Понятие недобросовестной конкуренции раскрывается в ст. 4 данного Закона. Это 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.

В соответствии со ст. 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету:

- все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной либо торговой деятельности конкурента;

- ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную либо торговую деятельность конкурента;

- указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

В начале 2016 г. вступил в силу «четвертый антимонопольный пакет» - Федеральный закон от 05.10.2015 № 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации" (далее - Закон № 275-ФЗ)[[7]](#footnote-7). Законом № 275-ФЗ в Закон о защите конкуренции была введена новая глава 2.1, в которой детализирован перечень форм недобросовестной конкуренции. По существу, эта глава (ст. 14.1 - 14.8) указывает на те же формы недобросовестной конкуренции, которые предусматривались прежней ст. 14 «Запрет на недобросовестную конкуренцию». Но в данном случае важна именно детализация нарушений, которой не было в прежней редакции Закона.

Особенности применения положений Закона № 275-ФЗ Федеральная антимонопольная служба разъяснила в письме от 24.12.2015 № ИА/74666/15 О применении «четвертого антимонопольного пакета» (далее - письмо № ИА/74666/15)[[8]](#footnote-8), которое издано в целях единообразного применения Закона № 275-ФЗ территориальными органами ФАС России. Дискредитации посвящен п. 9.1 данного письма.

Ст. 14.1 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации. При этом под дискредитацией понимается распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации.

Дискредитация не допускается в том числе в отношении:

1) качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом - конкурентом, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей;

2) количества товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом - конкурентом, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар;

3) условий, на которых предлагается к продаже товар другим хозяйствующим субъектом - конкурентом, в частности цены товара.

Как разъяснено в письме № ИА/74666/15, «дискредитация направлена на подрыв доверия клиентуры (потребителей или иных контрагентов) к конкуренту или его продукции и привлечение потребителей к собственной продукции путем распространения ненадлежащей информации, в число которой входит и неполная информация о конкуренте, его товарах и услугах»[[9]](#footnote-9).

 Не всякое распространение не соответствующих действительности сведений, дискредитирующих другой хозяйствующий субъект, может быть признано актом недобросовестной конкуренции, а лишь такое, которое непосредственно способно оказать влияние на конкуренцию, то есть непосредственно предоставить лицу, распространившему информацию, преимущества перед конкурентами и причинить им вред.

Можно выделить три признака рассматриваемой формы недобросовестной конкуренции:

- распространение информации;

- ее недостоверность (ложность, неточность, искаженность);

- причинение вреда (ущерба деловой репутации).

Под распространением информации понимаются любые действия, в результате которых информация стала известна третьим лицам (хотя бы одному). Форма распространения информации в данном случае не имеет значения - это может быть публичное выступление, публикация в средствах массовой информации интервью, направление деловых писем.

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

Объектом дискредитации являются сами товары (их качество, потребительские свойства, назначение, способы и условия изготовления или применения, результаты, ожидаемые от использования, пригодности для определенных целей); состояние товарного рынка, на котором реализуется товар (количество товара, предлагаемого к продаже, наличие товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактический размер спроса на такой товар); условия реализации товара (цена и иное).

Указанные действия будут являться недобросовестной конкуренцией, если распространение такой информации осуществляется хозяйствующим субъектом по отношению к другому хозяйствующему субъекту - конкуренту. Вред может выражаться в убытках или ущербе деловой репутации.

Под убытками в соответствии с ч. 2 ст. 15 ГК РФ понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)[[10]](#footnote-10). Исходя из данного определения, в частности, можно считать способными причинить убытки такие утверждения, которые могут привести к потере хозяйствующим субъектом части покупателей

Что касается деловой репутации, обратимся к п. 1 постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»[[11]](#footnote-11). В нем обращено внимание судов на то, что право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц - одним из условий их успешной деятельности.

В Определении ВС РФ от 26.10.2015 по делу № А56-17708/2014[[12]](#footnote-12) также сделаны выводы о том, что деловая репутация организации как профессиональная репутация, которая заработана в среде аналогичных профессионалов (например, коммерсантов), а также в среде лиц, на которых направлена деятельность организации (например, потребителей товаров, работ, услуг), включает в себя профессиональную репутацию как самой организации, так и ее руководителей.

Деловая репутация организации может быть нарушена путем распространения порочащих сведений как о самой организации, так и о лицах, входящих в органы управления организации, а также о работниках этой организации.

Оспаривание ненормативных актов, решений, действий и бездействия антимонопольных органов осуществляется на основании ч. 1 ст. 198 АПК РФ[[13]](#footnote-13). Согласно данной норме организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действия (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершение оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие).

В соответствии со ст. 22 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган, в частности, обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения[[14]](#footnote-14).

В силу п. 1 ст. 23 и п. 1 ст. 39 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган возбуждает дела о нарушениях антимонопольного законодательства, по результатам рассмотрения которых принимает решения и выдает хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания, в том числе о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции[[15]](#footnote-15).

Согласно п. 2 ст. 39 Закона о защите конкуренции основанием для возбуждения и рассмотрения антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства является в том числе заявление юридического лица[[16]](#footnote-16).

Пунктом 8 ст. 44 Закона о защите конкуренции по результатам рассмотрения заявления или материалов антимонопольный орган принимает одно из следующих решений:

- о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства;

- об отказе в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в связи с отсутствием признаков его нарушения[[17]](#footnote-17). П. 7 ст. 4 Закона о защите конкуренции конкуренция определена как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке[[18]](#footnote-18). Президиум ВС РФ 16 марта 2016 г. утвердил Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации.

В Обзоре подчеркивается, что юридические лица и индивидуальные предприниматели как субъекты предпринимательской деятельности вправе защищать свою деловую репутацию путем опровержения порочащих их сведений или опубликования своего ответа в печати, а также заявлять требования о возмещении убытков, причиненных распространением таких сведений.

Решение об удовлетворении иска о защите чести, достоинства, деловой репутации выносится судом в случае установления совокупности трех условий: сведения должны носить порочащий характер, быть распространены и не соответствовать действительности. При этом заявитель обязан доказывать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, и порочащий характер этих сведений. На ответчика же возложена обязанность доказать, что распространенные им сведения соответствуют действительности.

При разрешении дел данной категории суды общей юрисдикции и арбитражные суды руководствуются разъяснениями высших судебных органов, которые ориентируют на правильное толкование и применение гражданско-правовых норм в целях разрешения споров по вопросам защиты нематериальных благ.

Источниками таких разъяснений являются:

- постановление Пленума ВС РФ от 20.12.1994 № 10 «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда»[[19]](#footnote-19);

- постановление Пленума ВС РФ от 31.10.1995 № 8 «О некоторых вопросах применения судами Конституции Российской Федерации при осуществлении правосудия»[[20]](#footnote-20);

- постановление Пленума ВС РФ от 10.10.2003 № 5 «О применении судами общей юрисдикции общепризнанных принципов и норм международного права и международных договоров Российской Федерации»[[21]](#footnote-21);

- постановление Пленума ВС РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»[[22]](#footnote-22);

- постановление Пленума ВС РФ от 15.06.2010 №16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации»[[23]](#footnote-23);

- постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе»[[24]](#footnote-24);

- постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 61 «Об обеспечении гласности в арбитражном процессе»[[25]](#footnote-25);

При рассмотрении дел анализируемой категории суды также учитывают решения Конституционного суда РФ, в частности постановления от 30.06.2011 № 14-П, от 09.07.2013 № 18-П[[26]](#footnote-26) и др. действиях хозяйствующего субъекта состава правонарушения, в том числе вины.

**§ 1.2. Объективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации**

Можно выделить три признака рассматриваемой формы недобросовестной конкуренции: распространение информации, ее недостоверность (ложность, неточность, искаженность) и причинение вреда (ущерба деловой репутации)[[27]](#footnote-27).

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

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

Городов О.А. в своей работе отмечает, что распространением следует считать любые действия, в результате которых информация стала известна другим лицам (хотя бы одному). Закон указывает три формы недостоверности информации: ложность, неточность и искаженность, при этом отмечается, что граница между ними недостаточно четкая. Ложность и неточность означают различные степени искаженности информации: в первом случае полное несоответствие информации действительному положению дел, а во втором - частичное несоответствие[[28]](#footnote-28).

Согласно Докладу ФАС России с руководством по соблюдению обязательных требований, дающим разъяснение, какое поведение является правомерным ложность означает полное несоответствие информации действительному положению дел[[29]](#footnote-29).

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

Неточность — это распространение хозяйствующим субъектом информации о хозяйствующем субъекте - конкуренте не в полном объеме, что не позволяет всесторонне ее воспринять, получить исчерпывающе верное представление об излагаемых факте, действии или событии применительно к данному хозяйствующему субъекту.

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

Вред может выражаться в убытках или ущербе деловой репутации.

Под убытками в соответствии с ч. 2 ст.15 Гражданского кодекса Российской Федерации понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)[[30]](#footnote-30).

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

Относительно деловой репутации необходимо иметь в виду пункт 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»[[31]](#footnote-31), которым обращено внимание судов на то, что право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц - одним из условий их успешной деятельности.

При этом деловая репутация организации может быть нарушена путем распространения порочащих сведений как о самой организации, так и о лицах, входящих в органы управления организацией, а также о работниках этой организации.

Объектом дискредитации являются сами товары (их качество, потребительские свойства, назначение, способы и условия изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования, пригодности для определенных целей); состояние товарного рынка на котором реализуется товар (количество товара, предлагаемого к продаже, наличие товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар); условия реализации товара (цена и иное).

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

Признак «недобропорядочности»[[32]](#footnote-32) сформулирован в ст. 4 Закона "О конкуренции" достаточно широко и включает противоречие положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Под законодательством в определении недобросовестной конкуренции следует понимать международные договоры, нормы Конституции Российской Федерации, законодательные акты, подзаконные акты.

Обычаем делового оборота, согласно ст. 5 Гражданского кодекса Российской Федерации, признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе[[33]](#footnote-33).

В то же время термины «добропорядочность», «разумность», «справедливость» действующим законодательством не определены. Термин «добропорядочный» толкуется как приличный, достойный одобрения, порядочный, а термин "порядочный", в свою очередь, как честный и соответствующий принятым правилам поведения. Из этого следует, что требования добропорядочности предполагают соответствие поведения всем принятым в обществе правилам поведения, в том числе, закрепленных в законодательстве или обычаях делового оборота.

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

Петров Д.А. в своей статье отмечал, что «при этом используемая в Законе триада - добропорядочность, разумность и справедливость - не означает, что она может быть применена только в своей совокупности. Наоборот, поведение субъекта может не соответствовать одной или двум составляющим и образовывать тем самым состав недобросовестной конкуренции»[[34]](#footnote-34).

Конкретные проявления недобросовестной конкуренции достаточно многообразны и могут быть классифицированы по нескольким основаниям.

В зависимости от формы преимуществ, получаемых нарушителем, акты недобросовестной конкуренции делятся на:

- действия, непосредственно предоставляющие возможность увеличения притока потребителей;

- действия, непосредственно предоставляющие возможность снижения производственных издержек.

К первому виду недобросовестной конкуренции относятся такие ее проявления как дискредитация конкурента, введение потребителей в заблуждение, некорректное сравнение. Во втором случае речь идет, в частности, о незаконном использовании изобретения, полезной модели, ноу-хау.

В зависимости от лиц, которым причиняется вред, акты недобросовестной конкуренции делятся на:

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

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

При этом по характеру вреда, наносимому конкурентам, недобросовестная конкуренция может выражаться в:

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

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

 По характеру совершаемых действий недобросовестная конкуренция делится на:

- собственно акты недобросовестной конкуренции;

- недобросовестная конкурентная практика.

В первом случае «эффект», на который рассчитывает нарушитель, достигается в результате однократного совершения какого-либо действия (совокупности самостоятельных действий), и после их совершения нарушитель продолжает пользоваться их результатом длительное время. Во втором случае нарушитель пользуется преимуществами до тех пор, пока совершает недобросовестную конкуренцию.

В зависимости от сферы, в которой совершаются действия, недобросовестная конкуренция делится на:

- действия, совершаемые в информационной сфере, которые, в свою очередь, выражаются в распространении информации, ее получении либо использовании, а сама информация может быть достоверной, недостоверной (негативной или позитивной) или некорректной;

- действия, совершаемые в товарной сфере, которые связаны либо с незаконным использованием средств индивидуализации продукции или лица (абсолютном или до степени смешения), либо с незаконным копированием внутреннего устройства товара.

Особенности действий, совершаемых в информационной сфере, связаны главным образом со свойствами самой информации, а именно теми, благодаря которым она не связана жестко со своим материальным носителем. Даже при уничтожении материальных носителей информация продолжает удерживаться, по крайней мере, некоторое время, в сознании лиц ее воспринявших. В то же время, действия, совершаемые в товарной сфере, как правило, непосредственно связаны с самим товаром и его реализацией.

Наиболее часто распространение ложной информации связано с дискредитацией конкурента, то есть с сообщением другим лицам негативной информации о деятельности или товарах (услугах) конкурента. К данной форме недобросовестной конкуренции относится также распространение информации, которая хотя и не наносит ущерба деловой репутации другого хозяйствующего субъекта, но способна причинить ему убытки. При этом сведения не обязательно должны касаться конкурирующего хозяйствующего субъекта, а могут касаться, например, его деловых партнеров.

«Проводя различие между распространением ложных сведений и введением потребителей в заблуждение, следует иметь в виду, что введение потребителей в заблуждение является следствием распространения не негативной информации, а позитивной, и ее содержание, соответственно, касается деятельности самого распространителя. При этом недобросовестной конкуренцией может являться введение в заблуждение относительно таких обстоятельств, которые способны оказать влияние на потребительский выбор, однако упоминаемые в законе пять таких обстоятельств (характер, способ и место изготовления, потребительские свойств, качество товара) не исчерпывают всех возможных проявлений недобросовестной конкуренции»[[35]](#footnote-35).

В ряде случаев сами по себе правдивые утверждения также могут ввести потребителей в заблуждение относительно свойств товара, например, это возможно, если утверждается, что в продукции отсутствуют какие-либо вредные компоненты, хотя в подобной продукции использование таких компонентов не практикуется.

Объектом действий, которые в научной литературе часто обозначаются термином «коммерческий шпионаж», является достоверная информация, которая может быть научно-технической, производственной или торговой. При этом непосредственно из формулировки данной формы недобросовестной конкуренции следует, что упомянутая информация не обязательно должна составлять коммерческую тайну. Вместе с тем, учитывая признаки, содержащиеся в определении недобросовестной конкуренции, такая информация вне зависимости от степени ее доступности должна быть способна обеспечить хозяйствующему субъекту преимущества в предпринимательской деятельности, а ее использование без согласия владельца должно противоречить действующему законодательству, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. По этой причине возможности признать недобросовестной конкуренцией использование такой информации, которая не обладает коммерческой ценностью либо общедоступна, сомнительна.

**§1.3. Субъективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем дискредитации**

В качестве субъективных признаков недобросовестной конкуренции можно выделить следующие:

- наличие действия хозяйствующего субъекта или группы лиц;

- направленность действия на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;

- противоречие действия законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;

- наличие действительных или потенциальных убытков у хозяйствующего субъекта - конкурента, возникших вследствие осуществленных действий;

- наличие действительного или потенциального вреда, причиненного деловой репутации хозяйствующего субъекта - конкурента вследствие осуществленных действий.

Наличие действия хозяйствующего субъекта или группы лиц как характеристика акта недобросовестной конкуренции означает, что такой элемент поведения, как бездействие, не может приниматься в расчет при квалификации конкуренции в качестве недобросовестной. При этом сферы активного поведения могут быть самыми разными и находиться в областях производства продукции, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Направленность действия на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности очерчивает пределы того либо иного варианта активного поведения хозяйствующего субъекта или группы лиц с точки зрения достигаемой указанным поведением цели. Эта цель - получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности. При этом речь идет только о так называемых необоснованных преимуществах, поскольку преимущества, достигнутые за счет легальных приемов и методов ведения предпринимательства, являются продуктом добросовестной конкуренции. Необоснованные преимущества по смыслу легального определения недобросовестной конкуренции должны касаться лишь сферы предпринимательской деятельности. В то же время норма, закрепленная в ч. 2 ст. 34 Конституции РФ, налагает запрет на осуществление экономической деятельности, направленной на недобросовестную конкуренцию, т.е. более широко подходит к сфере применимости действий, направленных на получение преимуществ, экстраполируя их на область воспроизводства, создания и распределения материальных и духовных благ в целом.[[36]](#footnote-36) Предпринимательская же деятельность не более чем частный случай экономической деятельности. Она представляет собой самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Таким образом, одной из характеристик недобросовестной конкуренции, вытекающей из легального определения последней, выступает направленность действий хозяйствующего субъекта на получение преимуществ при пользовании имуществом, продаже товаров, выполнении работ или оказании услуг. При этом хозяйствующий субъект должен быть зарегистрирован в качестве предпринимателя в установленном законом порядке, равно как и каждое лицо, входящее в одну группу. Только в этом случае схема конкурентных действий, направленных на получение преимуществ в значении, которое придает ей законодатель, укладывается в легальную модель предпринимательской деятельности. Противоречие действия законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости как одна из характеристик недобросовестной конкуренции включает, по существу, три состава требований, которым может противоречить действие хозяйствующего субъекта или группы лиц.

Первая группа требований касается противоречия действия хозяйствующего субъекта (группы лиц) законодательству РФ. Факт указанного несоответствия позволяет квалифицировать действие лица как противоправное поведение, но не более того. Противоправное поведение хозяйствующего субъекта может квалифицироваться в качестве акта недобросовестной конкуренции, но сама недобросовестная конкуренция не сводима только к актам противоправного поведения.

Вред, причиняемый в результате недобросовестной конкуренции, может выражаться в убытках, которые терпит конкурент, либо в ущербе его деловой репутации. При этом в обоих случаях для признания действий хозяйствующего субъекта недобросовестной конкуренцией достаточно одной лишь возможности наступления таких последствий, и действительного наступления вреда не требуются. В связи с этим, упоминание в определении недобросовестной конкуренции наряду с возможностью причинения убытков их действительного наступления является излишним.

**Глава 2. Формы недобросовестной конкуренции путем дискредитации**

**§2.1. Распространения сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара**

Первая форма недобросовестной конкуренции в информационной сфере связана с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

Указанная форма недобросовестной конкуренции связана с распространением информации, т.е. с активными действиями нарушителя, связанными с сообщением сведений третьим лицам.

Т. Пономарёва в своей статье отмечает, что Закон о защите конкуренции не указывает, до каких лиц должны быть доведены ложные, неточные или искаженные сведения. Однако, учитывая, что такие действия могут быть отнесены к недобросовестной конкуренции лишь при условии, что их распространение способно причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, становится понятным, что такие сведения должны быть доведены до третьих лиц по отношению к конкурентам. Поэтому не будет являться недобросовестной конкуренцией сообщение ложных, неточных или искаженных сведений о товарах или деятельности определенного хозяйствующего субъекта непосредственно этому лицу[[37]](#footnote-37).

Для квалификации действий в качестве форм недобросовестной конкуренции по этому основанию необходимо, чтобы нарушитель сообщил ложные, неточные или искаженные сведения третьим лицам. Причем количество таких лиц не имеет существенного значения для установления факта правонарушения, однако может иметь значение для определения размера убытков потерпевшего лица (например, при определении количества покупателей, отказавшихся по результатам получения ненадлежащих сведений о хозяйствующем субъекте от заключения договора с ним).

Как правило, такие сведения сообщаются потребителям товаров, что приводит к отказу от заключения договора в пользу недобросовестного конкурента.

Закон о защите конкуренции не предъявляет требований к форме распространения ложных, неточных или искаженных сведений. Такие сведения могут быть доведены до сведения третьих лиц посредством их размещения в СМИ, на интернет-сайте, публичного выступления, распространения рекламы или иным способом.

Однако если ложные, неточные или искаженные сведения были распространены через рекламу, то в отношении лица, распространившего такие сведения, применяются санкции, предусмотренные законодательством РФ о рекламе, поскольку положения ст. 5 Закона "О рекламе" являются специальной нормой по отношению к Закону о защите конкуренции, в связи с чем имеют приоритет в применении[[38]](#footnote-38).

Говоря о характере информации, распространение которой может повлечь убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, Закон о защите конкуренции выделяет три ее формы: ложная, неточная или искаженная. Каждая из этих форм свидетельствует о несоответствии информации действительности. Однако, если такое несоответствие в отношении первых двух форм (ложная и неточная) достигается путем сообщения недостоверных сведений, то в отношении третьей формы (искаженная информация) речь может идти и о достоверных сведениях, которые, будучи вырванными из определенного контекста, приводят к неправильному восприятию таких сведений третьими лицами. Однако распространение достоверной информации, подрывающей доверие к хозяйствующему субъекту, не может быть признано актом недобросовестной конкуренции.

В антимонопольный орган поступило заявление ЗАО «Витогаз» о недобросовестной конкуренции со стороны ОАО «Гороблга».

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

Проанализировав содержание информации в указанных письмах, антимонопольный орган пришел к выводу, что в рассматриваемом случае сообщение информации о «неправомерности действий руководства ЗАО "Витогаз» в вопросе выполнения подключения (врезки) к действующим газопроводам, в частности газопровода низкого давления к Вашему дому" было направлено на возникновение негативных последствий у конкурента, так как объективно потенциальные клиенты ЗАО «Витогаз» могли воспринять изложенную в письме информацию как свидетельство о некачественной работе данной организации, имеющей целью обман потребителей и получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности на рынке обслуживания и развития систем газоснабжения.

При таких обстоятельствах антимонопольный орган пришел к выводу, что оспариваемое письмо содержит негативную оценку деятельности конкурента - ЗАО «Витогаз» - и наносит ущерб деловой репутации данного хозяйствующего субъекта, в частности подвергает сомнению правомерность деятельности данной организации, качество и безопасность выполняемых ею работ, следовательно, в силу ч. 1 ст. 14 Закона о защите конкуренции является актом недобросовестной конкуренции, нарушающим права и законные интересы ЗАО «Витогаз».

Одним из квалифицирующих признаков недобросовестной конкуренции, связанной с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, являются последствия распространения такой информации. В результате таких действий должен быть нанесен вред хозяйствующему субъекту - убытки либо ущерб его деловой репутации. Важно отметить, что закон не говорит о том, убытки или ущерб деловой репутации должны причиняться конкуренту лица, распространившего такие сведения. Поэтому, по всей видимости, такой вред может быть причинен и хозяйствующему субъекту, работающему на другом товарном рынке. Однако важно установить, что в результате таких действий нарушитель получил конкурентные преимущества, а его конкурентам такие действия прямо или косвенно причинили или способны причинить убытки. Если же мы обратимся к Парижской конвенции по охране промышленной собственности, данный акт относит к числу форм недобросовестной конкуренции лишь распространение ложных утверждений, способных дискредитировать товары или деятельность конкурента, исключая распространение ложных, неточных или искаженных сведений в отношении хозяйствующего субъекта, который не является конкурентом такого распространителя[[39]](#footnote-39).

В подавляющем большинстве случаев недобросовестной конкуренции, выявляемых в России, ложная, неточная или искаженная информация касается именно хозяйствующего субъекта - конкурента.

Для квалификации данных действий в качестве недобросовестной конкуренции следует установить остальные признаки недобросовестной конкуренции, о которых упоминалось ранее.

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

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

 Суть содержания писем, рассылаемых Обществом, сводится к тому, что Заявитель вводит в гражданский оборот, посредством реализации контрагентам – организаторам торговли, «контрафактный» товар с незаконным использованием интеллектуальной собственности Общества, принадлежащей Обществу по патенту № 114549.

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

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

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

 Таким образом, Комиссия ФАС России пришла к выводу, что Заявитель и Общество являются хозяйствующими субъектами – конкурентами на товарном рынке детской книжной продукции Российской Федерации. Содержание указанного письма и обстоятельства дела позволяют сделать вывод, что целью данного действия Общества была дискредитация Заявителя перед контрагентами, путем распространения сведений о совершении им незаконных действий по использованию патента на промышленный образец, при этом доказательств, подтверждающих достоверность распространяемых сведений, в ходе рассмотрения дела Общество не представило.

 В соответствии со статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента[[40]](#footnote-40);

 В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.[[41]](#footnote-41)

 Согласно пункту 1 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.[[42]](#footnote-42)

 Согласно пункту 7 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу[[43]](#footnote-43). Сообщение таких сведений лицу, которого они касаются, не может признаваться их распространением, если лицом, сообщившим данные сведения, были приняты достаточные меры конфиденциальности, с тем, чтобы они не стали известными третьим лицам.

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

Энергоснабжающая организация (Общество) распространяла среди потребителей информацию о деятельности своего Конкурента – презентации «Сравнительный анализ по ценам за электрическую энергию, реализуемую потребителям» и «Конкурентные преимущества ОАО «Ю». В указанных презентациях Общество осуществляло сравнение и сообщало потребителям, что средневзвешенная цена на электрическую энергию у Общества более конкурентоспособна, чем у Конкурента. При этом Общество указывало, что в случае заключения договоров с Конкурентом потребителям придется платить две сбытовые надбавки, поскольку в ближайшее время Конкурент сам будет приобретать электроэнергию непосредственно у Общества. Кроме того Общество утверждало, что Конкурент может в любой момент расторгнуть договор с потребителями и прекратить поставку электроэнергии, а также может заключить договор, положения которого строго не регламентированы законом и могут быть невыгодны потребителю.[[44]](#footnote-44) Распространявшаяся информация не соответствовала действительности. УФАС, а вслед за ним и судами, действия Общества были признаны нарушающими часть 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.[[45]](#footnote-45)

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

**§2.2. Распространение сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, в том числе в отношении количества товара и спроса на него**

Статьей 14.1 Федерального закона от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция путем распространения ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации. Запрет на такие действия в целом соответствует сформулированному в подпункте 2 пункта 3 статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности запрету на ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную, или торговую деятельность конкурента. К числу конкретных действий, которые должны признаваться дискредитацией, статья 14.1.2. относит распространение ложных, неточных или искаженных сведений в отношении: количества товара, предлагаемого к продаже конкурентом, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар. О. Москвитин пишет «Однако приведенные примеры дискредитации не являются исчерпывающими, а представляют собой лишь наиболее частые формы этого нарушения. Антимонопольные органы и суды вправе квалифицировать в качестве дискредитации и иные виды недобросовестной конкуренции, не подпадающие под действие других статей главы 2.1. «Недобросовестная конкуренция» речь идет о не исчерпывающем перечне возможных видов дискредитации поименованных в ст.14.1.» Как показывает правоприменительная практика, для признания наличия в действиях лица признаков недобросовестной конкуренции недостаточно установить факт распространения дискредитирующих сведений. Оценке также подлежит ряд других обстоятельств. В противном случае рассматриваемые действия не являются нарушением антимонопольного законодательства и могут быть рассмотрены судом на предмет соответствия нормам гражданского законодательства. Большой интерес вызывает рассмотрение данной проблематики в контексте толкования судами норм ст. 152 ГК РФ , где закреплены правовые механизмы защиты деловой репутации[[46]](#footnote-46).

В деле № А21-3639/2016«Эфко-Каскад», а также компании «Эфко Пищевые Ингредиенты» и «Эфко» направили в региональное управление Федеральной антимонопольной службы жалобу на действия некоммерческой организации «Балтийский пищевой союз» и компании  «Союз-ТТМ»[[47]](#footnote-47).

Антимонопольная служба выявила нарушение закона «О защите конкуренции» в части распространения ложной или искажённой информации, способной причинить убытки или нанести ущерб деловой репутации. Так, на одном из сайтов за подписью председателя правления Балтийского пищевого союза Валерия Курьяновича были опубликованы сведения о перевозке компанией «Эфко» тропических масел в цистернах из-под бензина и других нефтепродуктов. Некоммерческой организации «Балтийский пищевой союз» не удалось опровергнуть решение антимонопольной комиссии о признании нарушения компанией закона «О защите конкуренции». Об этом сообщает пресс-служба Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области. Распространение НО « Балтийский пищевой союз » неточных сведений, содержащихся в информационном бюллетене № 1, направлено на получение его членами и учредителями конкурентных преимуществ на рынке при осуществлении предпринимательской деятельности.
 НО « Балтийский пищевой союз » утверждал, что его действия были направлены не на дискредитацию какого-либо лица а на освещение в целом существующей в Российской Федерации проблемы, связанной с перевозкой жидких пищевых продуктов в цистернах, в которых до этого перевозились опасные грузы. Судов эти доводы были отклонены.
Напротив, из содержания бюллетеня следует, что указанная в нем информация направлена на дискредитацию продукции компании «ЭФКО» (в которую входят ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад», ООО «ЭФКО Пищевые ингредиенты», ОАО «ЭФКО») в глазах потребителей, что может нанести ущерб их деловой репутации и повлечь вследствие этого убытки.
Для квалификации действий по ст. 14.1 Закона № 135 достаточно угрозы причинения убытков хозяйствующему субъекту и (или) нанесения ущерба его деловой репутации.

В данном случае хозяйствующий субъект имеет цель создания у третьих лиц ложного представления о тех или иных качествах реализуемого им товара, а также о своей квалификации как участника рынка. Запрет на совершение данного вида недобросовестной конкуренции также является иллюстрацией сходной нормы подп. 3 п. 3 ст. 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в соответствии с которой не допускаются указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

Недобросовестной конкуренцией в данном случае может считаться введение в заблуждение относительно тех обстоятельств, которые способны оказать влияние на потребительский выбор, т.е. создать у потребителей или потенциальных контрагентов определенное впечатление о товаре и его свойствах, которые не соответствуют действительности и сыграли, возможно, определяющую роль в их предпочтениях в пользу хозяйствующего субъекта, избравшего такой недобропорядочный способ ведения конкурентной борьбы.[[48]](#footnote-48)

Для квалификации действий хозяйствующего субъекта, направленных на введение в заблуждение, в качестве акта недобросовестной конкуренции существенное значение будут иметь в том числе прямо перечисленные в законе обстоятельства, которые действительно способны оказать влияние на потребительский выбор, в том числе способ и место изготовления[[49]](#footnote-49), потребительские свойства, количество[[50]](#footnote-50) и качество товара[[51]](#footnote-51), а также производитель товара.

В качестве обособленных следует выделить случаи признания в качестве недобросовестной конкуренции действий по указанию недостоверных сведений о предлагаемых к поставке товарах в рамках проведения закупок для государственных или муниципальных нужд, если такие действия оказали существенное влияние на победу такого хозяйствующего субъекта в соответствующих торгах. Возможность такой квалификации была подтверждена Президиумом ВАС РФ[[52]](#footnote-52)

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

В деле № А56-22094/2015, которое рассмотрел АС Северо-Западного округа, заявителю - ООО НПО «Аэровита» - не удалось доказать УФАС факт распространения конкурентом - ЗАО «Санкт-Петербургский институт профилактической медицины» - на своем сайте некорректной, ложной информации, направленной на причинение ущерба деловой репутации заявителя. Общество обратилось в суд, но и там не нашло поддержки.

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

Попутно отметим, что второй претензией к ответчику стало использование им в фирменном наименовании слов «Санкт-Петербургский институт профилактической медицины». По мнению заявителя, такое наименование может вызвать у потребителей стойкую ассоциацию с участием государства в деятельности института либо с особой значимостью его деятельности в государственных интересах, а также создать институту недопустимые конкурентные преимущества. В отношении требования понудить институт исключить из названия ЗАО «Санкт-Петербургский институт профилактической медицины» слова «Санкт-Петербург» УФАС разъяснило, что внесение изменений в фирменное наименование организации не входит в компетенцию антимонопольного органа. Суд согласился с позицией УФАС.

В частности, суд определил, что спорная публикация на сайте института носит информационный характер. Суд также не нашел доказательств того, что эта информация относится именно к галогенераторам, выпускаемым заявителем.

Кроме того, в судебном акте отмечено, что в материалах дела нет и доказательств того, что после размещения на сайте института спорной информации потребители отказывались от приобретения оборудования ООО НПО «Аэровита».

В деле № А76-15569/2016, которое рассматривал АС Уральского округа, суд также не нашел фактов, подтверждающих дискредитацию. Более того, в данном случае от недобросовестной конкуренции пострадал скорее ответчик, чем заявитель[[53]](#footnote-53).

Индивидуальный предприниматель П. обжаловал в суде незаконный отказ УФАС в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении общества-конкурента, разместившего на своем интернет-сайте статью «В ПЛЭНу у махинаторов. Анатомия одной покупки», содержащую, по мнению ИП, недобросовестную рекламу конкурента (постановление АС Уральского округа от 27.04.2017 № Ф09-2017/17)[[54]](#footnote-54). Разместив на своем официальном сайте спорную статью, конкурент, по мнению ИП, нарушил Закон о защите конкуренции путем дискредитации, то есть распространения ложных, неточных или искаженных сведений о заявителе.

Из спорной публикации следует, что товарный знак «Зебра» (принадлежащий ИП) является подделкой товарного знака «ПЛЭН» и имеет худшие характеристики по сравнению с ним. Спорная публикация, как считает заявитель, является недобросовестной рекламой, поскольку формирует негативное отношение к товару с товарным знаком «Зебра», а товарный знак «ПЛЭН» является объектом самостоятельного рекламирования. Автор статьи пытается показать преимущества товарного знака «ПЛЭН» перед «Зеброй» через некорректное сравнение данных товарных знаков, в результате чего статья однозначно привлекает внимание к товарному знаку «ПЛЭН», принадлежащему ответчику, что является нарушением антимонопольного законодательства.

В результате ИП обратился в городскую прокуратуру с заявлением о проверке содержания спорной статьи, которое было передано для рассмотрения в антимонопольный орган.

УФАС установило, что фактически на сайте общества «ЭСБ-Технологии» (конкурента ИП) была размещена гиперссылка, при активации которой открывалась интернет-страница со спорной статьей, размещенной ООО «АиФ - Южный Урал».

Антимонопольный орган также установил, что договор на размещение спорной статьи не заключался, сама статья содержит субъективное мнение автора и направлена на предупреждение потребителей от смешения товаров, производимых под разными товарными знаками.

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

Суд поддержал УФАС, отметив, что спорная статья подготовлена и размещена в СМИ ООО «АиФ - Южный Урал» самостоятельно, без участия ответчика, по заданию СМИ, на некоммерческой основе, договор на размещение статьи не заключался, информационный материал каким-либо хозяйствующим субъектом не предоставлялся, переписка по данному вопросу не велась, в связи с чем УФАС обоснованно признало законным размещение спорной гиперссылки на сайте общества «ЭСБ-Технологии».

Из анализа спорной публикации следует, что содержащаяся в ней информация представляет собой преимущественно субъективное, оценочное мнение автора, направленное на предупреждение потребителя от смешения товаров, производимых под товарными знаками «ПЛЭН» и «Зебра», которое он вправе высказывать. Отказ в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства соответствует положениям действующего законодательства и не нарушает права и законные интересы заявителя.

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

В Бурятское УФАС России поступило заявление филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», указывающее на наличие в действиях ООО «Энком» признаков нарушения статьи 14.1 Закона о защите конкуренции в части недобросовестной конкуренции путем дискредитации, то есть распространения ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации.[[55]](#footnote-55)

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

Как указывает филиал ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», в статье содержится мнение, согласно которому причиной высоких тарифов на электрическую энергию является необоснованное в течение ряда последних лет установление тарифов на электрическую энергию за счет включения в них неоправданно высоких затрат сетевой организации - филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго»; необоснованность проявляется в виде высоких нормативных потерь, а также инвестиционной составляющей и пр.

По результатам рассмотрения заявления Бурятское УФАС России установило в действиях ООО «Энком» признаки нарушения антимонопольного законодательства, предусмотренные статьей 14.1 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в недобросовестной конкуренции по отношению к ПАО «МРСК Сибири» путем дискредитации, а именно: в распространении ложных, неточных и искаженных сведений в статье «Тариф на жадность», которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту - конкуренту и (или) нанести ущерб его деловой репутации.

Согласно части 8 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции в случае невыполнения предупреждения в установленный срок при наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства антимонопольный орган обязан принять решение о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня истечения срока, установленного для выполнения предупреждения.

Так, 07.09.2015 в Бурятское УФАС России поступило заявление филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго» по факту наличия в действиях ООО «Энком» признаков недобросовестной конкуренции, выразившихся в распространении ложных, неточных и искаженных сведений о деятельности ПАО «МРСК Сибири» в статье «Энергетический тупик», опубликованной в выпуске № 26 от 08.07.2015 печатного издания.

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

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции негативными последствиями недобросовестной конкуренции в виде причинения убытков другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесения вреда их деловой репутации является, в том числе угроза их причинения или нанесения. Также был проведен анализ товарного рынка, который выявил его границы и являются ли ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго» и ООО «Энком» хозяйствующими субъектами.

Таким образом, сведения, содержащиеся в статьях «Энергетический тупик» и «Тариф на жадность» в части необоснованно устанавливаемых для филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго» тарифов являются ложными, что подтверждено РСТ РБ - органом, осуществляющим тарифное регулирование на территории Республики Бурятия.

Анализ содержания статей «Энергетический тупик» и «Тариф на жадность» проведен антимонопольным органом с точки зрения потребителей услуг по передаче электрической энергии, потенциальных арендодателей (собственников) объектов электросетевого хозяйства, и с учетом позиции РСТ РБ Комиссия Бурятского УФАС России установила совокупность признаков недобросовестной конкуренции в действиях ООО «Энком».

Факт ложности сведений подтвержден РСТ РБ - уполномоченным органом в сфере тарифного регулирования на территории Республики Бурятия;

-данные действия не соответствуют обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, поскольку законность установленного тарифа может быть проверена судом или уполномоченным на то государственным органом;

-данные действия могут причинить убытки ПАО «МРСК Сибири» или нанести вред его деловой репутации. При этом в силу пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции для квалификации действия в качестве акта недобросовестной конкуренции антимонопольному органу необязательно доказывать фактическое наступление негативных последствий в виде причинения убытков и нанесения реального вреда деловой репутации конкурента, так как для этого достаточно установить лишь наличие угрозы таких последствий.

Комиссия пришла к выводу о возможности формирования у неограниченного круга лиц (потребителей и пр.) после ознакомления с содержанием статей «Энергетический тупик» и «Тариф на жадность» искаженного представления о деятельности филиала ПАО «МРСК Сибири» - «Бурятэнерго», выводов о необоснованно завышенном сетевом тарифе и необоснованном получении прибыли ПАО «МРСК Сибири», сокращении персонала ПАО «МРСК Сибири», отсутствии результатов выполнения инвестиционной программы и пр.

Угроза причинения убытков ПАО «МРСК Сибири» или нанесения вреда его деловой репутации может быть вполне реальной, поскольку генеральный директор ООО «Энком» систематически в региональных средствах массовой информации дает комментарии, которые содержат негативные по смыслу оценочные суждения, направленные на дискредитацию деятельности ПАО «МРСК Сибири» в Республике Бурятия.

Так, в средствах массовой информации опубликованы ряд следующих интервью: «Тарифы ниже инфляции: благо или убийство?» (выпуск от 09.09.2015 печатного издания «Номер один»), Энергетика в кризисе» (выпуск от 01.07.2015 печатного издания «Номер один»), статья «Бунт в «террариуме» или первый удар по тарифу?»

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

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

**Глава 3. Способы защиты права, нарушенного в результате совершения акта недобросовестной конкуренции путем дискредитации**

**§3.1. Признание незаконными актов недобросовестной конкуренции путем дискредитации**

Судебные акты, в которых исследуется вопрос о законности решений антимонопольного органа о привлечении лица к ответственности за нарушение рассматриваемого специального запрета недобросовестной конкуренции, часто имеют преюдициальное значение для дел о защите деловой репутации. Кроме того, поскольку само понятие «деловая репутация» закреплено в Гражданском кодексе РФ как особый объект – личное нематериальное благо, представляется, что практика, сложившаяся в связи с применением ст. 152 ГК РФ, должна распространяться на применение ст. 14.1 Закона о защите конкуренции. К сожалению, в большинстве судебных актов, где анализируется законность привлечения лица к ответственности за нарушение запрета недобросовестной конкуренции путем дискредитации, ссылка на ст. 152 ГК РФ отсутствует. Исключение составляют лишь некоторые судебные акты. Согласно п. 1, ст. 152 ГК РФ юридическое лицо вправе в судебном порядке требовать опровержения порочащих его деловую репутацию сведений, если тот, кто распространил таковые, не докажет их соответствие действительности[[56]](#footnote-56). Согласно п. 7 Постановления Пленума ВС РФ от 24.02.2005 г. №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», обстоятельствами, которые в силу ст. 152 ГК РФ имеют значение для дел данной категории, являются факт распространения ответчиком сведений об истце, их несоответствие действительности и порочащий характер. В отсутствие хотя бы одного из указанных обстоятельств иск не может быть удовлетворен судом. Порочащими, в частности, являются сведения, сообщающие о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства; о совершении им нечестного поступка; о его неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни; о недобросовестном осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности; о нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, что умаляет честь и достоинство или деловую репутацию гражданина либо юридического лица[[57]](#footnote-57). Наиболее актуальное толкование положений законодательства о защите деловой репутации представлено в Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации утвержденном Президиумом ВС РФ 16.03.2016. Так, п. 5 данного Обзора содержит важную для практики нижестоящих судов рекомендацию, согласно которой для оценки распространяемых сведений на предмет того, носят ли они порочащий характер, следует назначать экспертизу (например, лингвистическую) или привлекать для консультации специалиста (например, психолога)[[58]](#footnote-58). Это позволит сделать анализ доказательств более объективным. Большой интерес вызывает возможность применения положений п. 3 ст. 37 Закона о защите конкуренции применительно к частным искам о взыскании убытков или суммы компенсации нематериального (репутационного) вреда с лица, распространившего дискредитирующие сведения о конкуренте. В соответствии с указанной нормой лица, чьи права и интересы пострадали в результате нарушения антимонопольного законодательства, вправе в установленном порядке обратиться в суд или арбитражный суд с иском о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, и о возмещении вреда, причиненного имуществу. Таким образом, решение антимонопольного органа, в соответствии с которым лицо признано нарушившим антимонопольное законодательство в части совершения действий, признаваемых недобросовестной конкуренцией в форме дискредитации, может стать доказательственной основой для исков о защите деловой репутации. Кроме того, Президиумом ФАС России утверждена методика расчета убытков. Несмотря на рекомендательный характер указанной методики, практика возмещения убытков с лица, распространившего дискредитирующие сведения, должна стать более распространенной. К тому же методика, безусловно, значительно облегчит расчет убытков. На основании анализа судебной практики можно сделать вывод о предмете доказывания по подобным делам. Так, доказыванию подлежат следующие обстоятельства: сам факт распространения информации хозяйствующим субъектом в отношении товара конкурента, либо в отношении конкурента; недостоверность (ложность, неточность, искаженность) распространяемой информации. При этом под ложностью понимается полное несоответствие информации действительному положению дел. Неточность – это распространение информации о конкуренте не в полном объеме, что не позволяет получить исчерпывающе верное представление о факте или событии. Искаженность – интерпретация информации применительно к конкуренту, влекущая неверное, негативное восприятие ее потребителями; возможность причинения вреда (ущерба деловой репутации). При этом отсутствует необходимость доказывать, что такой вред в действительности был причинен, достаточно только потенциальной возможности наступления негативных последствий для конкурента в результате действий хозяйствующего субъекта. Кроме того, судебная практика свидетельствует о том, что суды обычно проверяют, являются ли хозяйствующие субъекты конкурентами. Также важно отметить, что бремя доказывания того, что распространенные сведения являются достоверными, лежит на распространителе[[59]](#footnote-59). В связи с этим в отсутствие таких доказательств суды обычно презюмируют, что распространенные сведения порочащего характера являются ложными. В качестве примера приведем дело №А51-34301/2014[[60]](#footnote-60). В данном деле компания, осуществляющая торговлю автотранспортными средствами южнокорейского производства, была признана нарушившей, в том числе пункт 1 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции. Поводом для этого послужила рассылка писем, содержащих информацию о незаконных действиях должностного лица конкурента по переоформлению автотехники на подконтрольную себе компанию без оплаты. Рассылка была осуществлена через третье лицо контрагентам конкурента. Суд сослался на пункт 7 Постановления Пленума Верховного Суда от 24 февраля 2005 года №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» и указал, что под порочащими сведениями следует понимать не соответствующие действительности сведения, содержащие утверждение о нарушении лицом действующего законодательства, совершении нечестного по- ступка, неправильном, неэтичном поведении в производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют деловую репутацию юридического лица. Таким образом, сведения, распространенные в письме, были признаны судами обеих инстанций порочащими деловую репутацию контрагента. Суды также указали, что нарушитель получил преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности. Это выразилось в увеличении собственной клиентской базы, укреплении собственной деловой репутации, дискредитации конкурента. Обобщая сказанное, можно отметить, что поправки в главу 2.1 ФЗ «О защите конкуренции» фактически отразили ситуацию, существующую в текущей правоприменительной практике. Даже сам термин «дискредитация» часто применялся судами при рассмотрении дел по пункту 1 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции. Законодательное закрепление результатов такого обобщения потенциально может сделать практику более единообразной и предсказуемой, однако каких-либо принципиальных изменений фактически не произошло. Из моментов, которые так и не нашли отражения в тексте новой статьи 14.1 Закона о защите конкуренции, можно отметить то, что норма приводит в качестве примера сведения именно о товаре конкурента, а не о самом конкуренте[[61]](#footnote-61). В то же время, исходя из существующей практики, дискредитация часто осуществляется именно распространением сведений о самом конкуренте, а не о его продукции. Однако указанное упущение вряд ли может привести к каким-либо существенным последствиям для правоприменительной практики, так как перечень сведений является открытым и суды имеют возможность квалифицировать любые порочащие конкурента сведения как дискредитацию

Оспаривание ненормативных актов, решений, действий и бездействия антимонопольных органов осуществляется на основании ч. 1 ст. 198 АПК РФ. Согласно данной норме организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности. Обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершение оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие). В соответствии со ст. 22 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган, в частности, обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения[[62]](#footnote-62). В силу п. 1 ст. 23 и п. 1 ст. 39 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган возбуждает дела о нарушениях антимонопольного законодательства, по результатам рассмотрения которых принимает решения и выдает хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания, в том числе о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции[[63]](#footnote-63). Согласно п. 2 ст. 39 Закона о защите конкуренции основанием для возбуждения и рассмотрения антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства является в том числе заявление юридического лица. По результатам рассмотрения заявления или материалов антимонопольный орган принимает одно из следующих решений: — о возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства; — об отказе в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в связи с отсутствием признаков его нарушения[[64]](#footnote-64).

Решение об удовлетворении иска о защите чести, достоинства деловой репутации выносится судом в случае установления совокупности трех условий: сведения должны носить порочащий характер, быть распространены и не соответствовать действительности. При этом заявитель обязан доказывать факт распространения сведений лицом, к которому предъявлен иск, и порочащий характер этих сведений. На ответчика же возложена обязанность доказать, что распространенные им сведения соответствуют действительности.

**§3.2. Возмещение вреда, возникшего в результате совершения недобросовестной конкуренции путем дискредитации**

Во Франции, Италии, Нидерландах и ряде других, в качестве юридической основы борьбы с недобросовестной конкуренцией используются общие положения гражданского права об ответственности за гражданский деликт. Недобросовестная конкуренция рассматривается как неправомерное действие, причиняющее ущерб, подлежащий возмещению по общим нормам деликатной ответственности. Судебная практика этих стран выработала понятие и определила отдельные виды действий как недобросовестную конкуренцию[[65]](#footnote-65).

В других же странах имеется специальное законодательство, начало которому положил германский закон о недобросовестной конкуренции от 7 июня 1909 г., действующий ныне в ФРГ в редакции законов 1970 и 1975 годов. В специальных законах ФРГ и некоторых других стран, в частности Швейцарии, Австрии, Испании, Скандинавских стран (единообразном законе), Греции и др., выдвигается общее определение недобросовестной конкуренции, в соответствии с которым и осуществляют квалификацию соответствующих актов. При этом в некоторых законах также указываются и отдельные конкретные ее виды[[66]](#footnote-66).

В ряде стран, к числу которых относятся, например, Англия и Бельгия, борьба с недозволенной конкуренцией опирается на общие нормы гражданского и уголовного законодательства, но имеются одновременно и специальные положения о недобросовестной конкуренции в различных актах, регулирующих гражданский оборот. Так, в Англии используются иски о смешении, клевете, нарушении доверия и др., но, кроме того, в ряде нормативных актов — законе о конкуренции 1980 года, законе о купле-продаже товаров 1979 года, законе о торговле на выставках и ярмарках 1973 года, законе о товарных знаках 1887 года и др. — выдвигается общее определение недобросовестной конкуренции и указывается ряд ее конкретных проявлений.

Юридические и физические лица из стран — участниц Парижской конвенции могут требовать защиты против недобросовестной конкуренции по положениям ст. 10 bis, в которой помимо общего ее определения приводится примерный перечень запрещаемых действий, квалифицируемых как такого рода конкуренция[[67]](#footnote-67). Специальные правила содержатся в актах Европейского экономического сообщества, в частности в Римском договоре об учреждении ЕЭС. Право конкуренции и, как его часть, борьба с недобросовестной конкуренцией регулируются комплексом гражданских, административных и уголовных норм, которые применяются в разных странах в тех или иных сочетаниях. По аналогии с мерами по защите нематериальных благ, включая деловую репутацию юридических лиц, положения гл. 68 ГК предусматривают в качестве способа защиты нарушенных прав в случае совершения действий, составляющих недобросовестную конкуренцию, взыскание причиненных убытков. З.

Недобросовестную конкуренцию составляют, в частности, действия при осуществлении предпринимательской деятельности, способные дискредитировать хозяйствующий субъект, товары или предпринимательскую деятельность конкурента, в т.ч. в результате распространения хозяйствующим субъектом непосредственно или через других лиц в любой форме и любыми способами ложных, недостоверных, неточных, искаженных сведений, в т.ч. сведений, которые содержат информацию, порочащую деловую репутацию хозяйствующего субъекта либо его учредителя (участника, собственника имущества) или работника, и (или) могут подорвать доверие к хозяйствующему субъекту как производителю товаров.

Таким образом, мы видим, что здесь указываются те же действия, что и в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) "О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»[[68]](#footnote-68). Как же определить, какие действия являются порочащими деловую репутацию, а какие относятся уже к недобросовестной конкуренции? Обращаем внимание: для применения норм о недобросовестной конкуренции необходимо, чтобы указанные действия были совершены конкурентом, а не любым лицом.

Хозяйствующий субъект, законные права которого нарушены, вправе обратиться в антимонопольный орган с заявлением о проведении проверки.

Лицо, совершившее действие, составляющее недобросовестную конкуренцию, обязано будет не просто прекратить данное действие, опубликовать опровержение и возместить причиненные убытки, но и может быть привлечено к административной ответственности в виде наложения штрафа.

Антимонопольный орган уполномочен провести проверку, установить факт нарушения антимонопольного законодательства, выдать предписание устранить либо прекратить действия, составляющие недобросовестную конкуренцию, устранить последствия нарушения анти­монопольного законодательства. В соответствии с указанными нормами к полномочиям антимонопольного органа относится ведение административного процесса по делам об административных правонарушениях в сфере нарушения антимонопольного законодательства.

При взыскании убытков подлежат доказыванию также их состав и размер. На практике наиболее часто удовлетворяют требования о возмещении реального ущерба, к которому могут относиться транспортные расходы, расходы на поставку оборудования, расходы на представительские услуги при рассмотрении дела в антимонопольном органе и суде. По вопросу взыскания с нарушителя антимонопольного законодательства расходов, понесенных потерпевшим субъектом в связи с разбирательством в антимонопольном органе, до недавнего времени практика была противоречива. Некоторые суды удовлетворяли заявленные требования в полном объеме, другие же указывали, что подобные расходы были произведены истцом по собственной инициативе, а потому не могут являться убытками. Действия истца по сбору доказательств для обоснования позиции по делу, привлечению представителя для ведения дела в антимонопольном органе непосредственно связаны с восстановлением права, нарушенного действиями ответчика. Нарушение ответчиком антимонопольного законодательства создало реальную возможность для несения истцом расходов третьих лиц.

Поскольку имущественные потери при недобросовестной конкуренции возникают в большинстве случаев у прямых конкурентов нарушителя, с которыми он в силу специфики рыночного взаимодействия не связан ни договорными, ни хозяйственными отношениями, постольку и убытки, возникающие в результате антимонопольного нарушения, могут быть компенсированы только в рамках обязательства из причинения вреда или путем предъявления кондикционного иска. Возможность возникновения обязательств из возмещения вреда подтверждается подведомственностью споров по этим делам арбитражным судам и Суду по интеллектуальным правам. Основу гражданско-правовой ответственности за совершение актов недобросовестной конкуренции составляет принцип генерального деликта, регламентированный в п. 1 ст. 1064 ГК РФ, согласно которому вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред[[69]](#footnote-69). Применение этого принципа в отношении гражданско-правовой ответственности за недобросовестные конкурентные действия обусловлено общей формулой недобросовестной конкуренции, предполагающей противоправность указанных действий и нанесение вреда, причиненного совершением акта недобросовестной конкуренции. Антимонопольное нарушение может вызывать возникновение убытков не непосредственно, а косвенно через создание неблагоприятных условий для деятельности хозяйствующих субъектов - конкурентов. Как правило, такие нарушения имеют все признаки недобросовестной конкуренции, предусмотренные ст. 14 Закона о защите конкуренции: 1) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; 2) введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей, следствием которого может стать упущенная выгода или несение расходов в большем количестве; 3) некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами, также наносящее вред деловой репутации; 4) продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг; 5) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну. Убытки, причиняемые подобными нарушениями, как правило, имеют косвенный характер и причиняют имущественный вред чаще всего в виде упущенной выгоды[[70]](#footnote-70).

Согласно п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции[[71]](#footnote-71) под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), направленные на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащие законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, которые причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. Таким образом, всякое действие (одностороннее, двухстороннее или многостороннее), имеющее признаки недобросовестной конкуренции, с точки зрения гражданского права должно квалифицироваться в качестве правонарушения на основании того, что такое действие имеет противоправный характер, осуществляется намеренно и его последствием является возникновение имущественных потерь на стороне контрагентов или третьих лиц[[72]](#footnote-72).

Поскольку имущественные потери при недобросовестной конкуренции возникают в большинстве случаев у прямых конкурентов нарушителя, с которыми он в силу специфики рыночного взаимодействия не связан ни договорными, ни хозяйственными отношениями, постольку и убытки, возникающие в результате антимонопольного нарушения, могут быть компенсированы только в рамках обязательства из причинения вреда или путем предъявления кондикционного иска. Возможность возникновения обязательств из возмещения вреда подтверждается подведомственностью споров по этим делам арбитражным судам и Суду по интеллектуальным правам. Основу гражданско-правовой ответственности за совершение актов недобросовестной конкуренции составляет принцип генерального деликта, регламентированный в п. 1 ст. 1064 ГК РФ, согласно которому вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред[[73]](#footnote-73). Применение этого принципа в отношении гражданско-правовой ответственности за недобросовестные конкурентные действия обусловлено общей формулой недобросовестной конкуренции, предполагающей противоправность указанных действий и нанесение вреда, причиненного совершением акта недобросовестной конкуренции (п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции).[[74]](#footnote-74)

**Заключение**

Сформулированное в Законе понятие дискредитации как распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту и (или) нанести ущерб его деловой репутации, недостаточно для квалификации этого типа поведения в качестве нарушения. При вменении хозяйствующим субъектам нарушения в форме дискредитации необходимо также доказывать:

По результатам проведенного исследования и с учетом изученной практики в стандарт доказывания по этому виду нарушения должны входить следующие обстоятельства:

- сам факт распространения информации хозяйствующим субъектом в отношении товара конкурента, либо в отношении конкурента;

- недостоверность (ложность, неточность, искаженность) распространяемой информации

 - наличие конкурентных отношений между спорящими хозяйствующими субъектами.

- действия конкурента были направлены на получение преимущества в предпринимательской деятельности;

- противоречие таких действий положениям законодательства Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;

- причинение рассматриваемыми действиями (или возможность такого причинения) убытков и/или вреда деловой репутации.

При этом отсутствует необходимость доказывать, что такой вред в действительности был причинен, достаточно только потенциальной возможности наступления негативных последствий для конкурента в результате действий хозяйствующего субъекта.

 Кроме того, судебная практика свидетельствует о том, что суды обычно проверяют, являются ли хозяйствующие субъекты конкурентами. Потенциальными конкурентами могут считаться хозяйствующие субъекты, которые:

- имеют материально-техническую базу, кадры, технологии для изготовления данного товара, но по разным причинам не реализуют эти возможности;

- изготовляют данный товар, но не продают его на территории исследуемого товарного рынка;

- имеют намерение войти на данный товарный рынок. Но также не стоит забывать и о том, что хозяйствующий субъект, который планирует выйти на рынок, «расчищает» его для себя.. Такие действия также должны попадать под недобросовестную конкуренцию.

По результатам исследования мы пришли к выводу, что при рассмотрении дел о нарушении субъектами законодательства о защите конкуренции. если истцом будут доказаны факты распространения сведений, которые являются ложными, в силу вступает презумпция несоответствия распространенных сведений действительности и соответственно презумпция виновности распространителя данных сведений. Обязанность опровержения такого предположения возлагается на потерпевших если он желает выиграть дело. С этой целью ответчик должен доказать факт соответствия изложенных им сведений об истце действительности.

Из моментов, которые так и не нашли отражения в тексте статьи 14.1 Закона о защите конкуренции, можно отметить то, что норма приводит в качестве примера сведения именно о товаре конкурента, а не о самом конкуренте. В то же время, исходя из существующей практики, дискредитация часто осуществляется именно распространением сведений о самом конкуренте, а не о его продукции. Необходимо внести изменения, т.к. данное упущение может привести к существенным последствиям для правоприменительной практики, так как перечень сведений является открытым и суды имеют возможность квалифицировать любые порочащие конкурента сведения как дискредитацию, то придется доказывать также наступление неблагоприятных последствий, что соответственно затруднит для Федеральной антимонопольной службы привлечение к ответственности.. При этом действия, исходя из понятия конкуренции, должны быть осуществлены на одном товарном рынке с целью необоснованного приобретения конкурентных преимуществ, что, в свою очередь, одновременно способно причинить убытки, нанести ущерб деловой репутации хозяйствующего субъекта-конкурента.

**Список использованных источников**

1. **Нормативно-правовые акты и иные официальные документы**

1. Международные нормативно-правовые акты и иные официальные документы:

Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта1883 // Закон. - №7 – 1999. - ред. от 02 февраля 1979

**1.2. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы Российской Федерации**

1.. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. // Рос. газ. – 2009. – 21 янв. – (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 дек. 2008 г. № 6-ФКЗ и от 30 дек. 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5.февр. 2014 №2-ФКЗ, от 21 июля №11-ФКЗ). – СПС «КонсультантПлюс».

2. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПС «КонсультантПлюс».

3. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс»..».

4. О рекламе [Электронный ресурс]: федер. закон от 13 марта 2006 № 38-ФЗ//Собрание законодательства РФ. – 2006. -№ 12. – (в ред. от 31.12.2017) – СПС «Консультант Плюс

5. О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 13 июля 2015 № 250-ФЗ// Собрание законодательства РФ. – 2015. -№29 (часть 1). –(ред. от 20 июля 2015) – СПС «Консультант Плюс»

7. Разъяснение №6 Президиума ФАС России «Доказывание и расчет убытков, причиненных нарушением антимонопольного законодательства» №7 [Электронный ресурс]. (от 25.05.2016) - СПС «Консультант Плюс»

8.Доклад ФАС России с руководством по соблюдению обязательных требований, дающим разъяснение, какое поведение является правомерным [Электронный ресурс] от 16 июня 2017 – СПС «Консультант Плюс»

**1.3 Акты высших органов судебной власти Российской Федерации, имеющие нормативное содержание**

1. Письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 "О применении «четвертого антимонопольного пакета»

2. Постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова» <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/26911.html/>

3. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»//www.consultant.ru

4. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 61 (ред. от 04.04.2014) «Об обеспечении гласности в арбитражном процессе» //www.consultant.ru

5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» //http://www.consultant.ru

6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»//http://www.consultant.ru

7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 10.10.2003 № 5 (ред. от 05.03.2013) «О применении судами общей юрисдикции общепризнанных принципов и норм международного права и международных договоров Российской Федерации»//http://www.consultant.ru

8. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31.10.1995 № 8 (ред. от 03.03.2015) «О некоторых вопросах применения судами Конституции Российской Федерации при осуществлении правосудия» //http://www.consultant.ru

9.Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20.12.1994 № 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда» // http://www.consultant.ru

1. **Материалы судебной практики**

1.Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016). [Электронный ресурс]. URL: http://base.garant. ru/71351694/ (дата обращения: 16.03.17)

2.Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации (утв. Президиумом ВС РФ 16.03.2016).- Режим доступа: http://base.garant.ru/71351694/

3.Решение от 12 декабря 2016 г. по делу № 05-11/18-2015 [Электронный ресурс]. <http://solutions.fas.gov.ru/to/buryatskoe-ufas-rossii/05-11-18-2015>

4.Решение от 27 июля 2016 г. по делу № А21-3639/2016 [Электронный ресурс]. http://sudact.ru/arbitral/doc/VaWItsNwYbVP/

5. Определение Верховного Суда РФ от 27 мая 2015 года № 309-КГ15-5490 по делу № А76-11426/2014 2016 [Электронный ресурс] http://sudact.ru/arbitral/doc/eFjfg3gfItHJ/

6. Решение по делу № 1-14-61/00-08-14 [Электронный ресурс] http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/08-38665-14

7.Постановление от 07 мая 2015 года. Дело №А51-34301/2014. [Электронный ресурс] URL:http://sudrf.kodeks.ru/ rospravo/document/424598840 (дата обращения: 08.05.18)

8.О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 г. №3//Бюллетень Верховного Суда РФ. 2005. №4

1. **Специальная литература**

1.Акимова И., Гаспарян Э. Запрет недобросовестной конкуренции в форме дискредитации [Электронный ресурс]/ И. Акимова. Э. Гаспарян. - Режим доступа: <http://www.cls.ru/public/data/Articles/%D0%9D%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F%20_I.Akimova_E.Gasparyan.pdf>г

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

3. Городов, О. А.. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://www.lawmix.ru/commlaw/453

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

5. Еременко В.И. Правовое регулирование конкурентных отношений в России и за рубежом. М., 2016 С.59

6. Исайчева Е. А. Стратегии борьбы с недобросовестной конкуренцией в России // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2010. №14 (85). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-borby-s-nedobrosovestnoy-konkurentsiey-v-rossii>

7.Кирилов В.В. Правовое регулирование недопущения дискредитации как формы недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] / В.В. Кирилов// Центральный научный вестник. – 2017. - №18 (35). – С.18-20.- Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=30042530&>

8.Мишонов А.С. Основные моменты защиты деловой репутации [Электронный ресурс] // nozdrya-mishonov.ru. - Режим доступа: <http://nozdrya-mishonov.ru/library/articles/85/2033/>

9..Москвитин О. Недобросовестная конкуренция путем дискредитации [Электронный ресурс] /О. Москвитин.// Информационный обзор. 2016. Режим доступа:<http://www.rospravo.ru/files/news/515607fb15b55e7471566b0896e0886d.pdf>

9.Петров Д.А. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки [Электронный ресурс] / Д.А. Петров. 2016. Режим доступа: //http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/17084

10. Пономарёва Т. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе [Электронный ресурс] / Т. Пономарёва // Новая бухгалтерия- 2017.- №8.- Режим доступа : <https://www.eg-online.ru/article/351445/>

11.Пузыревский С. А,. Гаврилов Д. А, Серегин Д. И.. М., 2015 10. Серебруев И.В. Правовая природа недобросовестной конкуренции: понятие, признаки, формы // Бизнес, Менеджмент и Право. 2015. №1. С.36, 147

12.Ситников. А., Подгузова К. Недобросовестная конкуренция: дискредитация, введение в заблуждение, некорректное сравнение [Электронный ресурс]/ А. Ситников. К. Подгузова.- Режим доступа: <https://www.vegaslex.ru/analytics/analytical_reviews/unfair_competition_the_discrediting_misleading_inaccurate_comparison/>

13. Тотьев К. Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий): Учебник для вузов . М ., 2003 . С . 273; Паращук С. А. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции и монополии) М , 2002 С 210

.

1. Федеральный закон от 5 октября 2015 года № 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»// http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "О защите конкуренции" // http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-2)
3. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-3)
4. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-4)
5. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-5)
6. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-6)
7. Федеральный закон от 05.10.2015 N 275-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»// http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-7)
8. «Письмо> ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15 "О применении "четвертого антимонопольного пакета"// http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-8)
9. <Письмо> ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15 «О применении "четвертого антимонопольного пакета»[Электронный ресурс]- http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=196224&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.5103937690423077#003523762841765676 [↑](#footnote-ref-9)
10. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) рекламе [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПСhttp://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/4734407fbf4d5eec5306840f8b75b994e5d57090/ [↑](#footnote-ref-10)
11. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц"//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-11)
12. Определении ВС РФ от 26.10.2015 по делу N А56-17708/2014 http://www.supcourt.ru/stor\_pdf\_ec.php?id=1385806 [↑](#footnote-ref-12)
13. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] от 24.07.2002 № 95-ФЗ//// Рос. Газ. – 2002 – 27 июля. - №137. - (ред. от 28.12.2017) - СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-13)
14. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-14)
15. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же [↑](#footnote-ref-16)
17. Там же [↑](#footnote-ref-17)
18. Там же [↑](#footnote-ref-18)
19. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 20.12.1994 N 10 (ред. от 06.02.2007) «Некоторые вопросы применения законодательства о компенсации морального вреда»// http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-19)
20. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31.10.1995 N 8 (ред. от 03.03.2015) «О некоторых вопросах применения судами Конституции Российской Федерации при осуществлении правосудия» //http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-20)
21. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 10.10.2003 № 5 (ред. от 05.03.2013) «О применении судами общей юрисдикции общепризнанных принципов и норм международного права и международных договоров Российской Федерации»//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-21)
22. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц»//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-22)
23. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-23)
24. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе»//www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-24)
25. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 61 (ред. от 04.04.2014) "Об обеспечении гласности в арбитражном процессе"//www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-25)
26. Постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П "По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова" http://www.consultant.ru/law/hotdocs/26911.html/ [↑](#footnote-ref-26)
27. <Письмо> ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 О применении «четвертого антимонопольного пакета»[Электронный ресурс]- http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=196224&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.5103937690423077#003523762841765676 [↑](#footnote-ref-27)
28. 3.2.8 Городов, О. А.. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://www.lawmix.ru/commlaw/453 [↑](#footnote-ref-28)
29. Доклад ФАС России с руководством по соблюдению обязательных требований, дающим разъяснение, какое поведение является правомерным [Электронный ресурс] от 16 июня 2017 – СПС «Консультант Плюс»

<https://fas.gov.ru/documents/612921> [↑](#footnote-ref-29)
30. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) рекламе [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПСhttp://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/4734407fbf4d5eec5306840f8b75b994e5d57090/ [↑](#footnote-ref-30)
31. Федеральный закон от 05.10.2015 N 275-ФЗ

«О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»// http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-31)
32. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-32)
33. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) рекламе [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПСhttp://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_5142/4734407fbf4d5eec5306840f8b75b994e5d57090/ [↑](#footnote-ref-33)
34. Петров Д.А. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки [Электронный ресурс] / Д.А. Петров. 2016. Режим доступа: //http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/17084 [↑](#footnote-ref-34)
35. Городов О. А. Прямая дискредитация конкурента как вид недобросовестной конкуренции [Электронный ресурс] / О.А. Городов // Современная конкуренция. 2010. №1.:- Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/pryama-ya-diskreditatsiya-konkurenta-kak-vid-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ [↑](#footnote-ref-35)
36. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г. // Рос. газ. – 2009. – 21 янв. – (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 дек. 2008 г. № 6-ФКЗ и от 30 дек. 2008 г. № 7-ФКЗ). – СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-36)
37. Пономарёва Т. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе [Электронный ресурс] / Т. Пономарёва // Новая бухгалтерия- 2017.- №8.- Режим доступа : https://www.eg-online.ru/article/351445/ [↑](#footnote-ref-37)
38. О рекламе [Электронный ресурс]: федер. закон от 13 марта 2006 № 38-ФЗ//Собрание законодательства РФ. – 2006. -№ 12. – (в ред. от 31.12.2017) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-38)
39. .Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта1883 // Закон. - №7 – 1999. - ред. от 02 февраля 1979 [↑](#footnote-ref-39)
40. Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта1883 // Закон. - №7 – 1999. - ред. от 02 февраля 1979 [↑](#footnote-ref-40)
41. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-41)
42. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-42)
43. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц"//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-43)
44. Постановление ФАС Западно- Сибирского округа от 26 ноября 2013 г. по делу № А75-306/2013. [Электронный ресурс]: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/38052970/ [↑](#footnote-ref-44)
45. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс [↑](#footnote-ref-45)
46. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-46)
47. Решение от 27 июля 2016 г. по делу № А21-3639/2016 [Электронный ресурс]: http://sudact.ru/arbitral/doc/VaWItsNwYbVP/ [↑](#footnote-ref-47)
48. "Право интеллектуальной собственности. Общие положения" (том 1) (под общ. ред. Л.А. Новоселовой) ("Статут", 2017) [↑](#footnote-ref-48)
49. http://solutions.fas.gov.ru/documents/3701; http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-35305-14; http://solutions.fas.gov.ru/documents/3702; http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-35305-14. [↑](#footnote-ref-49)
50. См., например: Постановление ФАС УО от 14 февраля 2011 г. N Ф09-57/11-С1 по делу N А07-14009/2010. [↑](#footnote-ref-50)
51. Постановление 9 ААС от 28 февраля 2012 г. по делу N А40-98118/11-72-635. [↑](#footnote-ref-51)
52. Постановление Президиума ВАС РФ от 14 мая 2013 г. N 16941/12. ) [Электронный ресурс]:http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70379396/ [↑](#footnote-ref-52)
53. Решение от 30 сентября 2016 г. по делу № А76-15569/2016[Электронный ресурс] http://sudact.ru/arbitral/doc/Krtc9AHCx0Q/ [↑](#footnote-ref-53)
54. ПОСТАНОВЛЕНИЕ АС Уральского округа от 29.01.2018 № Ф09-8503/17 [Электронный ресурс] http://www.v2b.ru/documents/postanovlenie-as-uralskogo-okruga-ot-29-01-2018-f09-8503-17/ [↑](#footnote-ref-54)
55. Решение и предписание по делу № 05-11/18-2015 в отношении ООО «Энком»Дело [Электронный ресурс]: https://solutions.fas.gov.ru/to/buryatskoe-ufas-rossii/05-11-18-2015 [↑](#footnote-ref-55)
56. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-56)
57. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 N 3 "О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц"//http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-57)
58. "Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации" (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016) [Электронный ресурс] СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-58)
59. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]:от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от 29 дек. 2017 г.). – СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-59)
60. Решение от 27 февраля 2015 г. по делу № А51-34301/2014[Электронный ресурс]: http://sudact.ru/arbitral/doc/azUh5RNYgrVK/ [↑](#footnote-ref-60)
61. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-61)
62. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-62)
63. Там же [↑](#footnote-ref-63)
64. Пономарёва Т. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе [Электронный ресурс] / Т. Пономарёва // Новая бухгалтерия- 2017.- №8.- Режим доступа : https://www.eg-online.ru/article/351445/ [↑](#footnote-ref-64)
65. Защита против недобросовестной конкуренции[Электронный ресурс] http://jurisprudence.club/pravo-grajdanskoe/zaschita-protiv-nedobrosovestnoy.html [↑](#footnote-ref-65)
66. Защита против недобросовестной конкуренции[Электронный ресурс] http://jurisprudence.club/pravo-grajdanskoe/zaschita-protiv-nedobrosovestnoy.html [↑](#footnote-ref-66)
67. Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта1883 // Закон. - №7 – 1999. - ред. от 02 февраля 1979 [↑](#footnote-ref-67)
68. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) "О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» //http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-68)
69. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14 – ФЗ // Соб. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – 29 янв. – № 5. – Стр. 410. – (ред. от 18 апр. 2018 г.). – СПС «КонсультантПлюс» [↑](#footnote-ref-69)
70. О защите конкуренции [Электронный ресурс]: федер.закон от 26 июля 2006 №135-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. -№31. – (в ред. от 23.04.2018) – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-70)
71. Там же [↑](#footnote-ref-71)
72. Там же [↑](#footnote-ref-72)
73. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14 – ФЗ // Соб. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – 29 янв. – № 5. – Стр. 410. – (ред. от 18 апр. 2018 г.). – СПС «КонсультантПлюс» [↑](#footnote-ref-73)
74. Статья: Возмещение убытков как способ защиты гражданских прав при нарушении антимонопольного законодательства (Егорова М.А.) («0Lex russica», 2017, № 5) [↑](#footnote-ref-74)