Санкт-Петербургский государственный̆ университет

***Самойлова Мария Андреевна***

**Выпускная квалификационная работа**

***«Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения»***

Уровень образования: магистратура
Направление 40.04.01 *«Юриспруденция»*

Основная образовательная программа BM.5742.2019«Юрист в сфере финансового рынка (финансовый юрист)»

Научный руководитель:

Доцент кафедры коммерческого права, доктор юридических наук

Петров Дмитрий Анатольевич

Санкт-Петербург

2021

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………..……2

Глава 1. Содержание запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемую путем некорректного сравнения………………………….….4

1.1. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции…………………..…4

1.2. Запрет на некорректное сравнение в системе форм недобросовестной конкуренции………………………………………………………………….….16

1.3. Объективные и субъективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем некорректного сравнения………..….22

Глава 2. Формы недобросовестной конкуренции, осуществляемой путем некорректного сравнения……………………………………………………….26

2.1. Сравнение, содержащее негативную оценку и основанное на незначительных или несопоставимых фактах, при отсутствии указания на конкретные характеристики или параметры…………………………………..26

2.2. Сравнение, содержащие ложные, неточные или искаженные слова или обозначения, создающие впечатление о превосходстве, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение…………………………………………………………………...32

Глава 3. Способы защиты права, нарушенного в результате совершения акта недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения…………..34

3.1. Признание незаконными актов недобросовестной конкуренции, совершенных путем некорректного сравнения……………………………….34

3.2. Защита от актов недобросовестной конкуренции и отвественность за их совершение………………………………………………………………………38

3.3. Возмещение вреда, возникшего в результате совершения недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения………….46

ЗАКЛЮЧЕНИЕ…………………………………………………………………55

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ……………………………60

# **ВВЕДЕНИЕ**

Актуальность темы исследования. Рыночные отношения характеризуются постоянным столкновением экономических интересов субъектов предпринимательской деятельности. В реалиях современного общества важно, чтобы соперничество не перерастало в недобросовестную конкуренцию. Актуальность темы исследования определяется несовершенством действующего законодательства и существованием ряда проблем правоприменения, касающихся определения понятия недобросовестной конкуренции и одной из ее форм – запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения.

Объектом исследования являются правовые отношения, возникающие при недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения.

Предметом исследования являются нормы права, связанные с правовым регулированием запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения, закрепленные в соответствующих нормативных правовых актах, практика их применения, а также совокупность теоретических положений о недобросовестной конкуренции.

Цель работы является рассмотрение некорректного сравнения как формы недобросовестной конкуренции и изучение правоприменительной практики нарушения запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения.

Согласно поставленной цели при написании исследования предстояло решить следующие задачи:

1) изучить понятие и признаки недобросовестной конкуренции, рассмотреть судебную практику, касающуюся запрета на недобросовестную конкуренцию, изучить теоретические положения о недобросовестной конкуренции;

2) изучить понятие, признаки и типы некорректного сравнения, проанализировать проблемы, возникающие при квалификации действии в качестве некорректного сравнения;

3) рассмотреть запрет на некорректное сравнение в системе форм недобросовестной конкуренции, изучить объективные и субъективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем некорректного сравнения;

4) Изучить способы защиты права, нарушенного в результате совершения акта недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения.

Теоретическую основу исследования составляют труды таких отечественных ученых, как В.Ф. Попондопуло, Д.А. Петров, О.А. Городов и др.

Методологическую базу исследования составили сравнительный, системный, коммуникативный подходы.

Работа состоит из введения, трех глав, разделённых на параграфы, заключения и списка использованных источников.

**Глава 1. Содержание запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемую путем некорректного сравнения**

* 1. **Понятие и признаки недобросовестной конкуренции.**

К понятию недобросовестной конкуренции до сих пор не сформирован единообразный подход в юридической доктрине.

Российский юрист-теоретик дореволюционного времени А.И. Каминка говоря о недобросовестной конкуренции, избегая точного определения, раскрывал данное понятие как «вид конкуренции вообще». А.И. Каминка утверждает, что «широкое применение приемов недобросовестности стало возможным только тогда, когда конкуренция вообще приняла широкие размеры»[[1]](#footnote-1). Однако, вопрос о разграничении конкуренции и недобросовестной конкуренции все же остался открытым.

Немецкий юрист Отто Майер видел критерий, отделяющий полезную конкуренцию от вредной в следующем: «когда человек в борьбе за клиентуру, в борьбе за успех пользуется только своими силами, он конкурирует добросовестно, когда же он прибегает к силам другого, конкуренция становится недобросовестной»[[2]](#footnote-2).

Шершеневич Г.Ф. под недобросовестной конкуренцией предполагает способы борьбы, направленные на использование идей своих соперников, чтобы придать своим товар видимость товаров, завоевавших себе общественные симпатии[[3]](#footnote-3).

Под недобросовестной конкуренции понимались действия направленные на извлечение выгоды за счет своих соперников (конкурентов).

Определения Шершеневича Г.Ф. и Отто Майера близки к легальному определению недобросовестной конкуренции в той части, где авторы подчёркивают, что недобросовестность конкуренции выражается в получении преимуществ за счет других конкурентов и причинении им убытков и (или) вреда.

Однако, современные определения понятия недобросовестной конкуренции больше концентрируют внимание на том, что недобросовестность проявляется не только в нечестной борьбе и использовании идей конкурентов, но и в обмане потребителя.

В.А. Дозорцев, используя термин «несправедливая», определяет недобросовестную конкуренцию как «сообщение потребителю (потенциальному потребителю) вопреки обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости (ложных или соответствующих действительности), способных вызвать у него неправильные представления, дискредитирующие конкурента, его деятельность и (или) товар (в том числе способных вызвать заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара) либо вызвать смешение с его деятельностью и (или) товарами конкурентов»[[4]](#footnote-4).

Вышеупомянутое определение базируется на перечне форм недобросовестной конкуренции, названном в пункте 3 статьи 10bis Парижской «Конвенции по охране промышленной собственности» от 20 марта 1883. Содержание определения данного В.А. Дозорцевым создает впечатление закрытого перечная актов недобросовестной конкуренции, что противоречит концепции вышеупомянутой нормы.

О.А. Городов указывает, что «актом недобросовестной конкуренции следует считать конкретное действие, проявляющееся в нарушении конкуренции в том либо ином сегменте товарного рынка и имеющее для нее негативные последствия, вызванные преодолением установленных границ допустимого поведения хозяйствующего субъекта»[[5]](#footnote-5).

Статьей 10.bis Парижской «Конвенции по охране промышленной собственности» от 20 марта 1883 под актом недобросовестной конкуренции понимается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету:

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

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

3) 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.

Однако, судебная практика исходит из того, что совершение перечисленных в законе действий само по себе, без установления признаков недобросовестной конкуренции, не свидетельствует о нарушении указанного запрета[[6]](#footnote-6).

Легальное определение недобросовестной конкуренции закрепляется статьей 4 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (Далее – Закон о защите конкуренции). Согласно п. 9 указанной статьи недобросовестной конкуренцией признаются любые действия хозяйствующих субъектов (групп лиц), направленные 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[[7]](#footnote-7).

Необходимо также рассмотреть понятие «конкуренции», легальное определение которого закреплено пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции. Так, конкуренция представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

По своей правовой природе конкуренция возможна в рамках одного товарного рынка. Товар и товарный рынок является базисом для создания конкурентной среды. При определении актов недобросовестной конкуренции прежде всего необходимо установить наличие конкурентной среды на товарном рынке, в границах которой осуществляется предпринимательская деятельность, а именно определить товарный рынок и его географические границы, в пределах которых осуществляется хозяйственная деятельность. То есть определить, что хозяйствующие субъекты действительно являются конкурентами, активно присутствуют в одном сегменте товарного рынка. Порядок определения устанавливается Приказом ФАС России от 28.04.2010 N 220 (ред. от 20.07.2016) "Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке".

В Законе 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[[8]](#footnote-8). Перечень форм недобросовестной конкуренции, закрепленный законом, является открытым в силу статьи 14.8 Закона о защите конкуренции.

Институт недобросовестной конкуренции представляет собой частный случай злоупотребления правом, представляющий общественную опасность и выявляемый, и пресекаемый административным органом как форма запрещенного поведения на товарном рынке, в связи с чем для квалификации действия в качестве акта недобросовестной конкуренции оно должно отвечать установленным Законом о защите конкуренции признакам недобросовестной конкуренции.

Судебная практика исходит из того, что совершение перечисленных в законе действий само по себе, без установления признаков недобросовестной конкуренции, не свидетельствует о нарушении указанного запрета[[9]](#footnote-9).

Из легального определения недобросовестной конкуренции вытекает несколько аспектов позволяющих квалифицировать конкуренцию как противоправную и выявить признаки такой недобросовестной конкуренции.

 Во-первых, из диспозиции пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции следует, что недобросоветсвная конкуренция предполагает наличие активных действий хозяйтсвующего субъекта или группы лиц.

Однако, сложившаяся судебная практика поддерживает тенденцию того, что акт недобросовестной конкуренции может быть совершен бездействием.

А.В. Куркина приводит в качестве примера совершения акта недобросовестной конкуренции в форме бездействия неисполнение хозяйствующим субъектом установленных законом обязанностей, а именно умолчание о необходимой информации, неполное представление документов при заключении сделки с конкурентом и другие[[10]](#footnote-10).

Конкретный пример можно увидеть в решении Волгоградского Управления Федеральной Антимонопольной службы от 31 июля 2015 года по делу No 15-01-14-02/455. Изходя из материалов дела прежняя управляющая организация не предоставила вновь выбранной управляющей компании необходимые документы на многоквартирные жилые дома, что было признано актом недобросовестной конкуренции. Данное нарушение Закона о защите конкуренции было выражено в форме бездействия – неисполнения установленных законом обязанностей.

Более того, в законодательной формулировке можно отметить несовпадения. Так статья 14.6 Закона о защите конкуренции, регламентирующая запрет на недобросовестную конкуренцию, связзанную с созданиме смешения, гласит «не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение…».

Таким образом, недобросовестная конкуренция может проявляться как в дейтсвии, так и в бездейтвии хозяйствующих субъектов.

Во-вторых, действие или бездействие должно иметь направленность на получение преиумществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

О.А. Городов подчеркивает, что такие перимущества должны иметь необоснованный и нелегальный характер, «поскольку преимущества, достигнутые за счет легальных приемов и метовод ведения предпринимательства, являются продуктом добрососвестной конкуренции». Также необоснованные преимущества по смыслу легального определения должны касаться предпринимательских отношений[[11]](#footnote-11).

Недобросовестное получение конкурентных преимуществ может выражаться в получении необоснованных преимуществ за счет любого умаления прав иных субъектов без должных на то правовых оснований.[[12]](#footnote-12)

Направленность поведения хозяйствующего субъекта на получение преимущества может выражаться в извлечении какой-либо имущественной выгоды или возможности ее получения за счет иных участников рынка (конкурентов). Преимущество может также выражаться в оказании влияния на выбор потребителей и в причинении вреда хозяйствующим субъектам (конкурентам).

Таким образом, недобросовестная конкуренция предполагает создание хозяйствующим субъектом, ведущим предпринимательскую деятельность необоснованных преимуществ путем недобросовестного воздействия, проявляющегося при продвижении на товарный рынок своего товара или услуг в ущерб товарам или услугам конкурентам, недобросовестном воздействии на потребителей и так далее.

Важно отметить, что при доказывании нарушения запрета недобросовестной конкуренции должна быть установлена причинно-следственная связь между противоправным поведением хозяйствующего субъекта и получением преимущества за счет иных участников рынка.

В-третьих, действия должны противоречить законодательству Российской Федерации, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости и обычаям делового оборота[[13]](#footnote-13).

При квалификации действий хозяйствующего субъекта в качетсве акта недобрососвестной конкуренции может быть установлено противоречие дейтсвий субъекта не только антимонопольному законодательству, но и иным нормативно правовым актам. Однако, необходимо отметить, что не любое противоречие законодательству Российской Федерации может быть рассмотрено в качестве акта недобросовестной конкуренции, противоречие в данном случае должно быть направлено на получение преимущества при ведении предпринимательской деятельности и одновременно причинять убытки другим хозяйствующим субъектам.

Под обычаем в Гражданском кодексе РФ признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе[[14]](#footnote-14).

Противоречие обычаям делового оборота при недобросовестной конкуренции проявляется в отличие избранного способа ведения конкуренции на рынке от поведения, которое в подобной ситуации ожидалось бы от любого субъекта, преследующего свой имущественный интерес.

В качестве четвертого признака можно выделить наличие убытков у хозяйствующего субъекта-конкурента, возникшие вследствие осущественния действий хозяйствующего субъекта.

Под убытками в соотвествии с пунктом 2 статьи 15 ГК РФ в широком смысле 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).

Для понимания смысла недобросовестной конкуренции в легальном определении упоминаются убытки, которые причинили или те убытки, которые могут причинить.

Таким образом, для цели квалификации акта недобросовестной конкуренции выделяют действительные и потенциальные убытки. Под дейстивительными убытками понимается реальный ущерб, куда входят расходы на восстановление нарушенного права. Потенциальный убыток составляют упущенная выгода, а также будущие расходы, которые необходимо произвести для восстановления нарушенного права. [[15]](#footnote-15) Упущенная выгода может выражаться в потере деловых связей и клиентов (клиентелы).

Городов О. А. выделяет также пятый признак – наличие действительного или потенциального вреда, причиненного деловой репутации хозяйствующего субъекта-конкурента вследствие осуществления действий хозяйствующего субъекта[[16]](#footnote-16).

В соответствии с 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» право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц - одним из условий их успешной деятельности[[17]](#footnote-17).

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[[18]](#footnote-18).

Действие Закона о защите конкуренции распространяется на хозяйствующих субъектов, осуществляющих профессиональную деятельность, в связи с их участием в экономической деятельности.

Под хозяйствующим субъектом в Законе о защите конкуренции понимается коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации[[19]](#footnote-19).

Таким образом, субъектом недобросовестной конкуренции может быть хозяйствующий субъект или группа лиц, как следует из дефиниции, закрепленной пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции.

Необходимо отметить, что по смыслу указанной нормы группа лиц должна действовать совместно против иных конкурентов. Предполагается, что у группу лиц экономические интересы соноправлены, что противоречит понятию конкуренции, соотвественно действия внутри группы лиц не могут быть рассмотрены как недобросовестная конкуренция.

В качестве акта недобросовестной конкуренции могут быть признаны любого рода юридически значимые поступки, если они отвечают признакам, содержащимся в определении недобросовестной конкуренции[[20]](#footnote-20).

Субъективная сторона недобросовестной конкуренции характеризуется умышленными действиями. Таким образом, для возложения гражданско-правовой ответственности на хозяйствующий субъект за нарушение запрета на недобросовестную конкуренцию необходимо доказать вину такого субъекта.

Между тем сложившаяся судебная практика исходит из того, что для признания действий хозяйствующего субъекта актом недобросовестной конкуренции в каждом случае необходимо установить и доказать наличие как общих признаков недобросовестной конкуренции, указанных в части 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, так и соответствующих элементов конкретной формы недобросовестной конкуренции, совершение которой вменяется предполагаемому нарушителю.

Для признания действий хозяйствующего субъекта актом недобросовестной конкуренции в каждом случае необходимо установить и доказать наличие как общих признаков недобросовестной конкуренции, указанных в части 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, так и соответствующих элементов конкретной формы недобросовестной конкуренции, совершение которой вменяется предполагаемому нарушителю.

Проявления недобросовестной конкуренции можно классифицировать в зависимости от формы преимуществ, получаемых хозяйствующим субъектом на следующие акты недобросовестной конкуренции:

1. действия, предоставляющие возможность увеличения потока покупателей;
2. действия, предоставляющие возможность снижения производственных издержек.

К действиям, позволяющим увеличить приток потребителей можно отнести такие формы недобросовестной конкуренции как дискредитация конкурента, введение потребителей в заблуждение, некорректное сравнение. К действиям позволяющим снизить производственные издержки относится незаконное использование изобретения, полезной модели, ноу-хау.

Следующим критерием для классификации недобросовестной конкуренции являются лица, которым причиняется вред такой недобросовестной конкуренцией:

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

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

По характеру вреда, наносимому конкурентам, недобросовестная конкуренция может проявляться в:

1) действиях, причиняющих вред определенному кругу конкурентов (например, дискредитация конкурента, некорректное сравнение своих товаров и (или) услуг с товарами и (или) услугами конкурента);

2) действиях, причиняющие вред неопределенному кругу конкурентов (например, некорректное сравнение).

* 1. **Запрет на некорректное сравнение в системе форм недобросовестной конкуренции.**

Пунктом 3 части 1 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции установлен запрет на некорректно сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами. Данный запрет не поименован в Парижской конвенции п охране промышленной собственности. Данный вид недобросовестной конкуренции своей целью подразумевает получение конкурентных преимуществ, в особенности за счет дискредитации оппонентов, в форме сравнения своих товаров с товарами конкурирующего субъекта.

Данный запрет является специальным по отношению к запретам, установленным в п. 1 и 2 ч. 1 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции и подлежит применению ко всем действиям хозяйствующего субъекта, содержащим некорректное сравнение, несмотря на то, что такие действия могут быть сопряжены с введением в заблуждение и дискредитацией контрагента.[[21]](#footnote-21)

В доктрине некорректное сравнение понимается в качестве косвенной дискредитации. Признаком данной формы недобросовестной конкуренции является приобретение конкурентных преимуществ путем некорректного сравнения своих товаров (работ или услуг) с товарами других хозяйствующих субъектов, что влечет ложное представление о превосходстве товаров недобросовестного хозяйствующего субъекта над конкурентами, в связи с чем происходит дискредитация конкурентов в глазах потребителей.

Запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения не указан в ст. 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности.

Статья 14.3. Закона о защите конкуренции под некорректным сравнением определяет сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

1) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

2) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

3) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Письмо Федеральной антимонопольной службы от 24 декабря 2015 года № ИА/74666/15 (Далее – Письмо ФАС от 24 декабря 2015) классифицирует недобросовестное сравнение на три вида.

К первому виду некорректного сравнения, согласно Письму, ФАС от 24 декабря 2015 относятся случаи сравнения по отношению к неограниченному кругу хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

Второй вид распространяется на некорректное сравнение с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой или услугой).

Некорректное сравнение так же, как и любое иное может быть двух видов: негативное и позитивное.

При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится принизить товары конкурента, превознося свои, за счет дискредитации конкурента.

Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее в собственных целях. Позитивное сравнение осуществляется в виде хвалебной оценки товара, производимого иным хозяйствующим субъектом с одновременным утверждением, что товар или деятельность хозяйствующего субъекта, проводящего сравнение не уступает по характеристикам товару или деятельности конкурента.

Таким образом, хозяйствующих субъект проводит некорректное сравнение путем репутационного заимствования, которое заключается в переносе репутации конкурента на собственный товар[[22]](#footnote-22).

Третий вид некорректного сравнения предполагает, что сравнение должно быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Неполная информация, не раскрывающая все свойства, характеристики и параметры товара конкурента, а касающаяся лишь части из них и может каким-либо образом создать у предполагаемого покупателя, впечатление о том, что товар конкурента по своим качественным и иным свойствам явно хуже.

В доктрине также существует дискуссия относительного четвертого вида некорректного сравнения - обезличенного сравнения, под которым можно понимать такое сравнение товаров, производимых определённым хозяйствующим субъектом, которое противопоставляется не конкретным товарами других хозяйствующих субъектов, а каким-либо абстрактным продуктам с использованием характеристик следующего типа «другой», «простой», «прочие», «остальные».

Согласно мнению М.В. Залесской, «помимо негативного социально-психологического эффекта распространения такой информации, имеются и более осязаемые отрицательные последствия. В самом деле, если каждый конкурент (или большинство их) одновременно прибегает к подобным обезличенным сравнениям, это введет потребителей в заблуждение. Да и каждое взятое в отдельности обезличенное сравнение балансирует на грани некорректности хотя бы потому, что применение определений типа «другие», «остальные», «прочие», бессодержательно»[[23]](#footnote-23).

О. А. Городов придерживается позиции, что обезличенное сравнение не имеет корректной сравнительной базы и, в связи с этим не может представлять собой некорректное сравнение. Под сравнительной базой автор понимает сведения, которые поддаются проверке или верификации, что составляют объективность сравнения[[24]](#footnote-24).

Примером такого обезличенного сравнение является Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.06.2019 N 12АП-3959/2019 по делу N А12-34592/2018. Из материалов дела следует, что в Волгоградское УФАС России поступили жалобы граждан на распространение наружной рекламы аптек в форме магистральной арки следующего содержания: «Здоровье - не азартная игра. Покупайте лекарства в проверенных аптеках». Данный рекламный материал вводит в заблуждение потребителей, обращает внимание на новую «проверенную» аптеку, в которой стоит приобретать лекарства, а также дискредитирует конкурентов указывая на то, что все остальные аптеки (конкуренты) являются «непроверенными».[[25]](#footnote-25)

Суд первой инстанции счел, что в данной рекламе отсутствуют признаки недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения, так как в рекламе отсутствует сравнение с каким-либо хозяйствующим субъектом-конкурентом либо сравнение товаров (лекарств) с товарами конкурентов, отсутствуют вышеуказанные слова (лучший, первый, самый и др.), а также нет слов, создающих впечатление о превосходстве. Суд апелляционной инстанции и апелляционная коллегия поддержали выводы суда первой инстанции.

Признаки недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения могут содержаться в недобросовестной рекламе.

Однако, необходимо иметь в виду, что нормы о некорректном сравнении отличаются от аналогичных положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (Далее – Закон о рекламе).

Административная ответственность за недобросовестную конкуренцию установлена статьей 14.33 КоАП РФ. Однако совершение соответствующих действий, являющихся нарушением законодательства о рекламе, в силу части 1 данной статьи влечет административную ответственность, предусмотренную статьей 14.3 КоАП РФ.

При разграничении сферы применения названных статей КоАП РФ необходимо исходить из того, что если ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами, находящимися в состоянии конкуренции с указанным лицом, а также иная информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции, содержатся в рекламе, то применяется административная ответственность, установленная статьей 14.3 КоАП РФ, а не статьей 14.33 КоАП РФ[[26]](#footnote-26).

Если же информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции и признакам одной из форм такой конкуренции, распространяется не только посредством рекламы, но и иными способами, например, в переписке с контрагентами по договору, то в данной ситуации привлечение к административной ответственности происходит на основании статьи 14.33 КоАП РФ.

Таким образом, для разграничения применения аналогичных норм законодательства о защите конкуренции и законодательства о рекламе необходимо определить форму выражения, используемую недобросовестным конкурентом.

* 1. **Объективные и субъективные признаки запрета на недобросовестную конкуренцию, осуществляемой путем некорректного сравнения.**

Для констатации нарушения запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения необходимо установить ряд признаков. Среди объективных признаков некорректного сравнения можно выделить следующее.

Во-первых, распространение хозяйствующим субъектом информации, содержащей сравнение конкретных товаров, услуг или конкретных хозяйствующих субъектов-конкурентов.

В контексте рассмотрения иной формы недобросовестной конкуренции ФАС России раскрывает понятие «распространения» информации. Под распространением информации понимаются любые действия, в результате которых информация стала известна третьим лицам (хотя бы одному)[[27]](#footnote-27).

Во-вторых, некорректность сравнения.

Федеральная антимонопольная служба в письме от 30 сентября 2011 года № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» (Далее – Письмо ФАС от 30 сентября 2011) разъясняет понятия «сравнение» и «некорректное сравнение».

Так, в соответствии с Письмом ФАС от 30 сентября 2011 сравнение предполагает под собой особу подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходства или различия. Применительно к сравнению товаров (услуг) это может проявляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различимость.

Далее, в соответствии с Письмом ФАС от 20 сентября 2011 к некорректному сравнению должно относиться такое сравнение, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость. Так, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, при котором создается общее вводящее в заблуждение впечатление (относительно самой возможности сравнения), при сравнении необъективных характеристик.

Под некорректным сравнением также должно пониматься неполное сравнение, по каким-либо единичным критериям, не раскрывающим все свойства товара конкурента. Для признания сравнения корректным и соблюдения антимонопольного законодательства, при сравнении товаров (услуг) по конкретным сравниваемым характеристикам необходимы ссылки на достоверные источники.

Некорректное сравнение товаров представляет собой сравнения, содержания которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах[[28]](#footnote-28).

В литературе предлагаются иные подходы к определению «некорректного сравнения». С. Н. Кондратовская относит к упомянутому понятию любое «нетактичное» сравнение и сравнение противоречащие правилам этики и приличия. Определяющим критерием для оценки допустимости сравнения с точки зрения тактичности предлагается считать его соответствие общепринятым правилам добропорядочности[[29]](#footnote-29).

Также при применении статьи 14.3 Закона о защите конкуренции необходимо учитывать, что некорректное сравнение может проявляться не только в сравнении самих товаров (услуг), но в сравнении информации, которая лежит в основе представлений о качестве и назначении товара (услуги), об особенностях его использования, условиях приобретения, цене товара.

Так, Решением Хабаровского УФАС России от 05.05.2016 по делу № 4-05/55 установлено нарушение антимонопольного законодательства. Из материалов дела следует, что в газете «Наш город» распространялось рекламное объявление ЧУ ДПО «С» следующего содержания: «НОУ «Н». Подготовка частных охранников. Обучение граждан для приобретения охотничьего, газового и травматического оружия и продления разрешения на них. Самые низкие цены».

В данной рекламе содержится некорректное сравнение, сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам). Используемое в рекламе словосочетание «самые низкие цены» подразумевает под собой, что рекламируемы услуги должны быть востребованы в связи с тем, что они обладают исключительно низкой цены, таким образом у потребителей формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Данная реклама говорит о том, что ни одно другое образовательное учреждение дополнительного образования не имеет таких выгодных цен на рекламируемые услуги. Привлечение внимания к своим услугам потребителей, которые предполагают, что приобретение услуг выгоднее в рекламируемом учреждении, поскольку здесь самые низкие цены, влечет создание условий, способствующих перераспределению — приобретению потребителей конкурента и является актом недобросовестной конкуренции.

При квалификации действий в качестве нарушения запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения, также нельзя забывать про основные признаки недобросовестной конкуренции, а именно, возможность получения преимуществ переда конкурентами, способность указанных действий причинить убытки или вред деловой репутации хозяйствующему субъекту конкуренту и противоречие законодательству РФ.

**Глава 2. Формы недобросовестной конкуренции, осуществляемой путем некорректного сравнения.**

**2.1.** **Сравнение, содержащее негативную оценку и основанное на незначительных или несопоставимых фактах, при отсутствии указания на конкретные характеристики или параметры.**

Некорректность сравнения может выражаться в утверждении превосходства хозяйствующим субъектом своего товара (работы, услуги) над товарами (работой, услугой) конкурента без указания каких-либо критериев, на основе которых данное превосходство заявляется, а также без обоснования и доказательств представленного преимущества. Заявляя первенство своего товара над товарами иных хозяйствующих субъектов и при этом не подкрепляя такое первенство доказательствами, хозяйствующий субъект, осуществляющий некорректное сравнение вводит в заблуждение в отношении тех или иных качеств товара, применяя при этом «негативное сравнение», умаляющее свойства товаров конкурентов.

Такое сравнение может быть совершено хозяйствующим субъектом в отношении любых иных товаров, вводимых в гражданский оборот на соответствующем товарном рынке, путем употребления выражений «лучший», «номер 1», «лидер» и так далее.[[30]](#footnote-30)

Такое сравнение может быть построено с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Определением Верховного Суда РФ от 20 марта 2017 г. по делу №305-ЭС16-17606 судебная коллегия по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации установила, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сведения, высказывания или иная информацию, в том числе сравнение, о товаре конкурента или его свойствах, если эта информация не раскрывает все свойства, характеристики и параметры товара конкурента, а касается лишь части из них или не раскрывает их вообще, и может каким-либо образом создать у лица, просматривающего рекламную продукцию, впечатление о том, что товар конкурента по своим качественным и иным свойствам явно уступает товару, которому посвящена реклама.

В рассматриваемом деле наблюдается негативное некорректное сравнение по отношению к конкретному товару. Некорректное сравнение проявляется в том, что конкурент посредством сети Интернет распространил видеоролик, в котором представитель конкурента рассказывал о конкурирующим хозяйственном субъекте и его продукции. Из видеоролика следует, что недостаток товара (компрессорного оборудования) хозяйствующего субъекта носит системный характер, что создает или может создать у потенциальных покупателей компрессорного оборудования впечатление о том, что хозяйствующий субъект не способен создать продукцию, соответствующую требованиям покупателей, что угрожает деловой репутации хозяйствующего субъекта. В видеоролике указывается что продукт, изготавливаемый хозяйствующим субъектов, часто отключается. Однако, в видеоролике отсутствует упоминание о том, что частое отключение компрессорного оборудования обусловлено его ненадлежащей эксплуатацией, а также автоматической защитой от перегрева системы охлаждения.

Произведенное сравнение в видеоролике также не раскрывает все свойства, характеристики и параметры товара, а затрагивает лишь части из них и может создать у лица, просматривающего данный материал, впечатление о том, что указанный товар по своим качественным и иным свойствам явно уступает товару организации, разместившей ролик.

К аналогичным выводам пришли суды в Постановлении Семнадцатого Арбитражного апелляционного суда от 29 сентября 2017 г. № 17АП-11984/2017-Аку.

Аргументы о том, что видео было выставлено с целью показать разницу в технических решениях, влияющих на цену товара с тем, чтобы покупатели могли более объективно судить о соотношении цены и потребительских свойств данных товаров были проигнорированы судами.

Исходя из складывающейся судебной практики, можно сделать вывод, что для признания сравнения соответствующим антимонопольному законодательству и законодательству о рекламе, сравнение должно быть не только полным, но иметь объективное подтверждение специализированных экспертных организаций.

Однако, ссылки на экспертную организацию не всегда может быть корректной. Постановлением Девятого Арбитражного апелляционного суда от 18 декабря 2018 г. № 09АП-60453/2018 установлено, что ООО «ЦБУ «Интеркомп» и АО «Интеркомп» в сети Интернет была размещена информация следующего содержания: «INTERCOMP - № 1 В РЕЙТИНГЕ АУТСОРСИНГОВЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ»; «№ 1 согласно независимому рейтингу журнала «Эксперт»; «№ 1 ежегодно с 2009 г. № 1 в списке крупнейших аутсорсинговых компаний на рынке по данным эксперт РА».

Размещенная в сети Интернет информация об опыте и статусе не является точной. Ссылка на рейтинговое агентства RAEX (Эксперт РА) - raexpert.ru является некорректной в отношении указания сроков, согласно которым компания «Интеркомп» занимала первое место. Такое умолчание о деталях составления рейтинга создает у потребителей и потенциальных клиентов впечатление о том, что данная компания занимает первое место в рейтинге, а также о том, что такие данные актуальны по настоящее время, что не соответствует действительности и является введением в заблуждение.

Таким образом, некорректным является такое сравнение, в котором делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара (услуги) над другим, однако конкретные характеристики сравнения товаров не упоминаются. Использование фразы «ежегодно с 2009 г. № 1 в списке крупнейших аутсорсинговых компаний на рынке» не содержит в себе какого-либо указания на конкретный критерий, ссылки на проведенные исследования также свидетельствует о некорректности такого сравнения в силу невозможности проверить достоверность распространяемой информации.

Для признания сравнения корректным и соблюдения антимонопольного законодательства, при сравнении товаров (услуг) по конкретным сравниваемым характеристикам необходимы ссылки на достоверные источники.

Так, в Постановлении Восемнадцатого Арбитражного Апелляционного суда от 18 февраля 2020 г. № 18АП-20091/2019 по делу № А47-9420/2019 суд установил правомерность использования ООО «Системы защиты+» информации следующего содержания: «лучший показатель криминальной стойкости по версии журнала «За рулем», а также таблицы с графами «стойкость замков ко взлому» с колонкой «название замка» и колонкой «время вскрытия, min-max, мин». Указанная таблица представляет собой фрагмент публикации в журнале «За рулем» № 10, 2012 г.

ООО «Системы защиты+» не использует названия конкретных производителей приведенных наименований товаров, приводит конкретные сравниваемые параметры, а именно «стойкость замков ко взлому», «время вскрытия, mi№-max, мин», также приводит ссылку на первоисточник данной информации, что позволяет проверить ее достоверность.

 ООО «Системы защиты+» пройдена добровольная сертификация на соответствие продукции, требованиям ГОСТ Р 52582-2006, о чем ФКУ «Научно-исследовательский центр «Охрана» Федеральной службы войск национальной гвардии РФ ООО «Системы защиты+» выдан сертификат соответствия РОСС RU.C305.H00912 со сроком действия с 06.04.2018 по 05.04.2019.

В связи с чем судами был сделан вывод, что соответствие продукции ООО «Системы защиты+» классу устойчивости к криминальному открыванию и взлому отражено в сертификате, выданном в установленном законодательством порядке.

Соответственно, в действиях ООО «Системы защиты+» отсутствуют признаки нарушения антимонопольного законодательства.

Актуальная практика, отражающая применение положений статьи 14.3 Закона о защите конкуренции более подробно представлена в решениях УФАС по делам о нарушении законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства.

Так, Решением Хабаровского УФАС России от 05.05.2016 по делу № 4-05/55 установлено нарушение антимонопольного законодательства. Из материалов дела следует, что в газете «Наш город» распространялось рекламное объявление ЧУ ДПО «С» следующего содержания: «НОУ «Н». Подготовка частных охранников. Обучение граждан для приобретения охотничьего, газового и травматического оружия и продления разрешения на них. Самые низкие цены».

В данной рекламе содержится некорректное сравнение, сопоставление исключительности цен по отношению к другим участникам рынка (конкурентам). Используемое в рекламе словосочетание «самые низкие цены» подразумевает под собой, что рекламируемы услуги должны быть востребованы в связи с тем, что они обладают исключительно низкой цены, таким образом у потребителей формируется общая оценка более выгодных условий оказания услуг перед конкурентами.

Данная реклама говорит о том, что ни одно другое образовательное учреждение дополнительного образования не имеет таких выгодных цен на рекламируемые услуги. Привлечение внимания к своим услугам потребителей, которые предполагают, что приобретение услуг выгоднее в рекламируемом учреждении, поскольку здесь самые низкие цены, влечет создание условий, способствующих перераспределению — приобретению потребителей конкурента и является актом недобросовестной конкуренции.

Более того, как следует из материалов дела стоимость услуг «НОУ «Н» не отличается от стоимости услуг ЧУ ДПО «Ц», учреждения, являющегося конкурентом и заявителем по данному делу. Следовательно, информация распространяемая ЧУ ДПО «С» не отличается достоверностью.

Таким образом, при применении статьи 14.3 Закона о Защите конкуренции необходимо учитывать, что некорректное сравнение может проявляться не только в сравнении самих товаров (услуг), но в сравнении информации, которая лежит в основе представлений о качестве и назначении товара (услуги), об особенностях его использования, условиях приобретения, цене товара.

При оценке достоверности распространяемой информации, необходимо учитывать, что такая информация также должна быть публична или доступна для потенциальных потребителей товаров (услуг).

**2.2. Сравнение, содержащие ложные, неточные или искаженные слова или обозначения, создающие впечатление о превосходстве, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.**

Некорректность сравнения может проявляться не только в негативной оценке конкурирующего хозяйствующего субъекта и (или) его товара (работы, услуг), но и в использовании приравнивания хозяйствующим субъектом своего товара (работы или услуги) к товару (работе, услуге) хозяйствующего субъекта – конкурента, имеющего отличную репутацию, безупречные качественные показатели и соответственно обладающим высоким покупательским спросом, и узнаваемостью продукта.

Так, в деле № 1 14/76-11 от 16 августа 2011 г. ФАС России расценил в качестве недобросовестной конкуренции действия ООО «Волоть», выражающиеся в размещении на инструкции по применению шовного материала «Альфа-ПГА Alfresa», вводимого в гражданский оборот на территории Российской Федерации, информацию о том, что указанный товар является аналогом шовному материалу «Викрил», также реализуемому на территории РФ.

Пунктом 1 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

При осуществлении предпринимательской деятельности хозяйствующие субъекты не должны использовать в своих рекламных материях речевую стратегию, направленную на коммерческую дискредитацию путем сравнения, основанного на применение приемов, ориентированных на формирование предпочтения к товарам работам или услугам компании за счет некорректного сравнения с аналогичными услугами других хозяйствующих субъектов.

Выводы судов и позиции сторон спора свидетельствуют о том, что общество допустило некорректное сравнение своих услуг с услугами конкурентов, из-за применения слова "Самые". При антимонопольном разбирательстве общество представило иной смысл рекламы: сравнение услуг общества в многоквартирных домах и индивидуальных. Однако даже при подтверждении такой позиции потребитель вводился в заблуждение, так как без пояснений имелась реальная возможность понимания рекламы как сравнения с услугами конкурентов общества.

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

**3.1. Признание незаконными актов недобросовестной конкуренции, совершенных путем некорректного сравнения.**

Статьей 10.bis Парижской конвенции об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года установлен общий запрет на недобросовестную конкуренцию, под которой, следует понимать всякие акты, противоречащие честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Под обычаями делового оборота понимается разновидность обычаев, установленная пунктом 1, статьи 5 ГК РФ. Обычай делового оборота можно определить как сложившееся и широко применимое в различных областях предпринимательской деятельности и не закрепленное в нормативно-правовых актах правило поведения.

К критериям противоправности недобросовестной конкуренции относят нарушение требований добропорядочности, разумности и справедливости. Данные категории имеют правовое значение и могут быть рассмотрены в качестве общих правовых принципов. Осуществление квалификации совершенных актов в качестве недобросовестной конкуренции, не соответствующих критериям добропорядочности, разумности и справедливости, происходит посредством конструкции, закреплённой пунктом 1 статьи 10 ГК РФ, а именно конструкции злоупотребления правом.[[31]](#footnote-31) В соответствии с указанной нормой не допускается осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом).[[32]](#footnote-32)

Конструкция злоупотребления правом может использоваться, если совершаемые субъектом предпринимательства действия, противоречащие указанным общим правовым принципам не предусмотрены специальными нормами законодательства. Таким образом, совершение актов недобросовестной конкуренции, путем некорректного сравнения не относят к злоупотреблению правом.

Закон о защите конкуренции устанавливает запрет на недобросовестную конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе: сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены; либо содержат негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Таким образом, для признания акта недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения незаконным, распространяемая информация должна содержать в себе сведения, высказывания или иную информацию, в том числе сравнение, о товаре конкурента или его свойствах, если эта информация не раскрывает все свойства, характеристики и параметры товара конкурента, а касается лишь части из них или не раскрывает их вообще, и может каким-либо образом создать у лица, просматривающего рекламную продукцию, впечатление о том, что товар конкурента по своим качественным и иным свойствам явно уступает товару, которому посвящена реклама.

Незаконность данного акта заключается в недобросовестных по отношению к конкурентам действий. Подобное поведение субъектов на рынке ставит под угрозу нормальное распределение потребительского спроса, которое бы действовало при обычных добросовестных действиях субъектов-конкурентов.

К однму из способов защиты от нарушения запрета на недобросовестную конкурнецию путем некорректного сравнения можно отвнести обращение в антимонопольный орган с целью выдачи нарушителю предупреждения о прекрешении действия (бездествия) нарушающего антимонопольное законодательство. Так, в соответствии с частью 2 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции в случае выявления признаков нарушения пунктов 3, 5, 6 и 8 части 1 статьи 10, статей 14.1 - 14.3, 14.7, 14.8 и 15 названного закона лицам, указанным в части 1 статьи 39.1 этого закона, выдается предупреждение о прекращении действий (бездействия).

Обзором практики применения антимонопольного законодательства коллегиальными органами ФАС России за период с 1 июля 2018 года по 1 июля 2019 года установлено, что возбуждение и рассмотрение антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушений, для которых предусмотрена обязательная выдача предупреждения, без выдачи такого предупреждения не допускается.

Согласно пункту 2 статьи 39.1 предупреждение выдается в случае выявления признаков нарушения пунктов 3, 5, 6 и 8 части 1 статьи 10, статей 14.1, 14.2, 14.3, 14.7, 14.8 и 15 настоящего Федерального закона. Принятие антимонопольным органом решения о возбуждении дела о нарушении пунктов 3, 5, 6 и 8 части 1 статьи 10, статей 14.1, 14.2, 14.3, 14.7, 14.8 и 15 настоящего Федерального закона без вынесения предупреждения и до завершения срока его выполнения не допускается. Предупреждение в письменной форме о прекращении действий (бездействия), об отмене или изменении актов, которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства, либо об устранении причин и условий, способствовавших возникновению такого нарушения, и о принятии мер по устранению последствий такого нарушения, либо о ликвидации или принятии мер по прекращению осуществления видов деятельности унитарного предприятия, которое создано или осуществляет деятельность с нарушением требований закона о Защите конкуренции выдается в целях пресечения действий (бездействия), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции и (или) ущемлению интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо ущемлению интересов неопределенного круга потребителей, антимонопольный орган выдает хозяйствующему субъекту, федеральному органу исполнительной власти, органу государственной власти субъекта Российской Федерации, органу местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органу или организации, организации, участвующей в предоставлении государственных или муниципальных услуг, государственному внебюджетному фонду.[[33]](#footnote-33)

По смыслу норм Закона о защите конкуренции хозяйствующему субъекту должна быть предоставлена возможность исполнения предупреждения в целях избежания привлечения его к публично-правовой ответственности. Невыдача антимонопольным органом предупреждения в связи с наличием в действиях лица признаков нарушений, определенных в статье 39.1 Закона о защите конкуренции, влечет незаконность самой процедуры рассмотрения дела и вынесенного по делу решения.[[34]](#footnote-34)

**3.2. Защита от актов недобросовестной конкуренции и отвественность за их совершение.**

Хозяйствующие субъекты, должны предпринимать адекватные меры, направленные на восстановление или защиту своих прав, нарушенных вследствие недобросовестного поведения других хозяйствующих субъектов. Влияние на нарушителя должно быть выражено в рамках установленных законом, а также правоохранительных мер, направленных не только на пресечение недобросовестных конкурентных действий, но и на восстановление нарушенных прав.

В доктрине выражаются разные подходы к формированию позиций относительно конкретных форм защит от недобросовестной конкуренции и способов защиты от недобросовестной конкуренции.

К.Ю. Тотьев в зависимости от используемых средств защиты и требуемых результатов выделяет три способа борьбы с недобросовестной конкуренцией, а именно: судебную защиту, административно-правовую защиту и иные способы защиты.[[35]](#footnote-35)

С.Н. Кондратовская указывает на два правовых способа пресечения недобросовестной конкуренции: юрисдикционный способ и неюрисдикционный способ борьбы с недобросовестной конкуренцией.[[36]](#footnote-36)

А.Н. Варламова, рассматривая вопрос о мерах защиты конкуренции, ограничивается указаниями на административно-правовые, гражданско-правовые и уголовно-правовые санкции.[[37]](#footnote-37)

Отсутствие единого подхода к пониманию средств, форм, способов, мер защиты и ответственности во многом обусловлена несовершенством действующего гражданского законодательства, а также антимонопольного законодательства, в котором отсутствуют четкие правовые предписания относительно форм и способов защиты от недобросовестной конкуренции.

Общий порядок защиты от недобросовестной конкуренции выражается в реализации права на защиту посредством обращения хозяйствующего субъекта, чьи права нарушены в арбитражный суд.

Согласно Постановлению Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 N 2 "О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства", право выбора судебного или административного порядка защиты своего нарушенного или оспариваемого права принадлежит субъекту спорных отношений. Также в законодательстве отсутствует указание о том, что защита гражданских прав в административном порядке путем рассмотрения антимонопольным органом дел о нарушении антимонопольного законодательства, исключает возможность обращения субъектом хозяйственных правоотношений в арбитражный суд или же наоборот является условием. Таким образом, в случае обращения хозяйствующего субъекта в суд без предварительного заявления в антимонопольный орган, суд не имеет права оставить такое заявление без рассмотрения. Также если в ходе судебного разбирательства будет установлено, что хозяйствующий субъект обратился и в арбитражный суд, и в антимонопольный орган, суду необходимо отложить судебное разбирательство до принятия решения антимонопольным органом на основании части 5 статьи 158 АПК.[[38]](#footnote-38)

Права хозяйствующих субъектов, нарушенные актом недобросовестной конкуренции, не могут быть защищены в негосударственных третейских судах. Отсутствие возможности рассмотрения третейским судом споров в сфере защиты от недобросовестной конкуренции обусловлено тем, что в досудебной процедуре урегулирования спора, возникшего из нарушения антимонопольного законодательства, участвует и принимает юридически значимые решения орган публичной власти (антимонопольный орган).

Согласно ст. 52 Закона о защите конкуренции судебному обжалованию подлежат решения или предписания антимонопольного органа. В случае признания указанных решений или предписаний неправомерными возникает ситуация, в рамках которой третейский суд должен будет признать решение, обязывающее антимонопольный орган. Такое решение будет иметь публично-правовые последствия, что само по себе не должно являться результатом третейского разбирательства.[[39]](#footnote-39)

Также выделяют специальный порядок защиты от недобросовестной конкуренции, который реализуется путем обращения в антимонопольный орган.

Основанием для возбуждения антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства может быть передача материалов из государственных органов, заявления физических или юридических лиц, указывающие на признаки нарушения антимонопольного законодательства, обнаружение антимонопольным органом признаков нарушения, результат проверки, при которых выявлены нарушения антимонопольного законодательства, а также сообщения средства массовой информации, указывающее на наличие признаков нарушения антимонопольного законодательства.[[40]](#footnote-40)

Согласно статье 22 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган должен обеспечивать государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, выявлять нарушения антимонопольного законодательства, принимать меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекать к ответственности за такие нарушения.[[41]](#footnote-41) Пунктом 1 стать 23 и пунктом 1 статьи 39 Закона о защите конкуренции установлено, что 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.[[42]](#footnote-42) Пунктом 2 статьи 39 Закона о защите конкуренции установлено, что 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.[[43]](#footnote-43)

К неюрисдикционной форме защиты от недобросовестной конкуренции относится самозащита от недобросовестных конкурентных действий. К таким мерам можно отнести принятие хозяйствующим субъектом действий по усилению защиты коммерческой информации, составляющей служебную тайну, а также публикации в средствах массовой информации опровержения не соответствующей действительности и порочащих честь и достоинство гражданина или организации.

Нарушение запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения выражающееся в негативном сравнении может причинить вред деловой репутации потерпевшего хозяйствующего субъекта. Решения суда, рассматривающие законность вынесенных антимонопольным органом решений о привлечении лица к ответственности за нарушение рассматриваемого запрета недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения, могут иметь преюдициальное значение для дел о защите деловой репутации.

Деловая репутация представляет собой личное нематериальное благо и является особым объектом. В соответствии со статьей 152 Гражданского Кодекса гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, наряду с опровержением таких сведений или опубликованием своего ответа вправе требовать возмещения убытков и компенсации морального вреда, причиненных распространением таких сведений.

Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.[[44]](#footnote-44)

Согласно правовой позиции, изложенной в [пункте 21](https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?rnd=B45CF8B897306A38E24141B74C07D386&req=doc&base=LAW&n=216204&dst=100485&fld=134&REFFIELD=134&REFDST=100036&REFDOC=111301&REFBASE=AVS&stat=refcode%3D10881%3Bdstident%3D100485%3Bindex%3D41) Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации N 1 (2017), утвержденного Президиумом Верховного суда Российской Федерации 16.02.2017, под вредом, причиненным деловой репутации, следует понимать всякое ее умаление, которое проявляется, в частности в наличии у юридического лица убытков, обусловленных распространением порочащих сведений и иных неблагоприятных последствиях в виде утраты юридическим лицом в глазах общественности и делового сообщества положительного мнения о его деловых качествах, утраты конкурентоспособности, невозможности планирования деятельности и т.д.[[45]](#footnote-45)

Следовательно, юридическое лицо, чье право на деловую репутацию нарушено действиями по распространению сведений, порочащих такую репутацию, вправе требовать восстановления своего права при доказанности общих условий деликтной ответственности (наличия противоправного деяния со стороны ответчика, неблагоприятных последствий этих действий для истца, причинно-следственной связи между действиями ответчика и возникновением неблагоприятных последствий на стороне истца).

При этом противоправный характер действий ответчика должен выражаться в распространении вовне (сообщении хотя бы одному лицу), в частности посредством публикации, публичного выступления, распространения в средствах массовой информации, сети Интернет, с помощью иных средств телекоммуникационной связи, определенных сведений об истце, носящих порочащий и не соответствующий действительности характер.[[46]](#footnote-46)

Однако, сложившаяся практика применения статьи 14.3 Закона о защите конкуренции и последствий ее нарушения, где анализируется законность привлечения лица к ответственности за нарушение запрета недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения, ссылка на ст. 152 ГК РФ отсутствует. Пунктом 1 статьи 152 ГК РФ установлено, что лицо, чьи права были нарушены вправе в судебном порядке требовать опровержения порочащих его деловую репутацию сведений, если тот, кто распространил таковые, не докажет их соответствие действительности.[[47]](#footnote-47) Пунктом 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» установлено, что 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 случае отсутствия указанных обстоятельств иск не может быть удовлетворен судом.

Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утвержденный Президиумом ВС РФ от 16.03.2016, пунктом 5 установлена рекомендация, согласно которой для оценки распространяемых сведений на предмет того, носят ли они порочащий характер, необходимо назначать экспертизу или привлекать для консультации специалиста.[[48]](#footnote-48) Экспертиза позволит сделать анализ доказательств более объективным.

Однако, на практике инициирование и рассмотрение данных дел сопровождается рядом существенных трудностей, главной из которых является - сложность определения размера причиненных убытков.[[49]](#footnote-49)

Под убытками 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).[[50]](#footnote-50)

Права лиц, потерпервших вследствие нарушения антимонопольного законодательства, осуществляется по общим правилам гражданского права. Пострадавшее лицо вправе использовать любые способы защиты своих прав, предусмотренные статьей 12 Гражданского кодекса Российской Федерации.[[51]](#footnote-51)

Основным способом защиты является взыскание убытков пострадавшего от нарушения антимонопольного законодательства лица.

Иск о возмещении убытков, причиненных совершением антиконкурентного действия (бездействия), заключением нарушающего законодательство о защите конкуренции соглашения или участием в нем, принятием антиконкурентного акта органа власти, может предъявить любое лицо, которое полагает, что ему в результате соответствующих действий (бездействия), соглашений, актов были причинены убытки.

**3.3. Возмещение вреда, возникшего в результате совершения недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения.**

Статьей 37, пунктом 3 Закона о защите конкуренции установлено, что лица, права и интересы которых нарушены в результате нарушения антимонопольного законодательства, вправе обратиться в установленном порядке в суд, арбитражный суд с исками, в том числе с исками о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, 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 некорректного сравнения, может стать доказательственной основой для исков о защите деловой репутации.

Согласно Разъяснению Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 11 "По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства" установлено, что для удовлетворения иска о взыскании убытков потерпевший должен доказать, что нарушитель совершил определенное антиконкурентное действие или не совершил требуемое от него в соответствии с антимонопольным законодательством действие (допустил бездействие).[[52]](#footnote-52) Наличие решения антимонопольного органа, подтверждающего нарушение антимонопольного законодательства, не является обязательным требованием для удовлетворения иска о взыскании убытков. Однако анализ правоприменительной практики показывает, что практически во всех случаях иски о взыскании убытков (а также о взыскании неосновательного обогащения) инициируются после вынесения антимонопольным органом решения о нарушении антимонопольного законодательства.

В случае, если в ранее рассмотренном арбитражным судом деле уже была подтверждена законность решения антимонопольного органа, суды также применяют пункт 2 статьи 69 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее - АПК РФ) и считают факт нарушения антимонопольного законодательства преюдициально установленным обстоятельством, если в деле участвуют те же лица.[[53]](#footnote-53)

 Предметом доказывания по данным делам являются обстоятельства, среди которых: факт распространения информации хозяйствующим субъектом в отношении товара конкурента, либо в отношении конкурента, а также недостоверность распространяемой информации.

Под ложностью понимается полное несоответствие информации действительному положению дел, а под неточностью распространение информации о конкурирующем хозяйствующем субъекте не в полном объеме, что не дает возможность получить исчерпывающее представление о хозяйствующем субъекте или его товаре (работе или услуге). Под искаженностью понимается такая интерпретация информации применительно к хозяйствующему субъекту конкуренту или его товару (работе услуге), которая влечет неверное, негативное восприятие потребителями, или же наоборот вызывает у потребителей позитивную оценку конкурента за счет репутации потерпевшего хозяйствующего субъекта.

При этом отсутствует необходимость доказывать, что такой вред в действительности был причинен, однако необходимо доказать наличие возможности причинить вред. Судебная практика свидетельствует о том, что суды проверяют, являются ли хозяйствующие субъекты в действительности конкурентами на одном товарном рынке.

Однако, судебная практика по вопросам взыскания убытков за причинение ущерба деловой репутации вследствие совершения акта недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения является негативной для потерпевших хозяйствующих субъектов.

Например, суд в Постановлении Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа по делу N А33-20545/2019 от 26 ноября 2020 г. установил, что наличие факта распространения ответчиком сведений, порочащих деловую репутацию истца, недостаточно для вывода о причинении ущерба деловой репутации и для выплаты денежного возмещения в целях компенсации за необоснованное умаление деловой репутации. [[54]](#footnote-54)

Истец акционерное общество "Производственное объединение "Завод имени Серго" обратилось в Арбитражный суд с иском к обществу с ограниченной ответственностью "Фармаком" о взыскании 500 000 рублей ущерба, причиненного деловой репутации, и убытков в виде расходов на юридические услуги в размере 80 000 рублей.

Как следует из материалов дела в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на сайте www.pharmakom.ru ответчиком была размещена сравнительная таблица, отражающая критерии превосходства продукции - фармацевтических холодильников "Бирюса" над аналогичным товаром иных производителей. Также по результатам осмотра электронных писем в почтовом ящике на сайте mail.ru нотариусом составлен протокол осмотра доказательств, которым установлен факт направления ответчиком электронного письма потенциальному потребителю со содержанием сравнения продукции ответчика и истца: "У марки бирюса имеется ряд отличительных, важных параметров, которые выделяют ее из всех представленных на рынке фирм холодильников. К письму прикладываю буклет на всю линейку и сравнительную таблицу параметров Бирюса с другими марками холодильников, для оценки качества и преимуществ".

Управления Федеральной антимонопольной службы России сайта ответчика в сети Интернет, которые содержал следующие утверждения: "Завод холодильников "Бирюса" - крупнейший производитель холодильной техники в России, "Гарантия 2 года! Это в два раза больше, чем предлагают некоторые другие марки фармхолодильников", энергопотребление медицинских холодильников "Бирюса" на 30% меньше, а уровень шума на 37% меньше, чем у конкурентов (по некоторым аналогичным моделям холодильников)".[[55]](#footnote-55)

Данные, размещенные на сайте, не могут быть достоверной информацией для потребителей в связи с отсутствием конкретных характеристик и параметров оценивания, а также отсутствия ссылки на экспертные заключения. Данные результаты сравнения не могут быть объективно проверены, так как невозможно определить конкретный круг категории популярных на рынке марок фармацевтических холодильных шкафов, следовательно, данное сравнение в соответствии с пунктом 2 статьи 14.3 Закона о защите конкуренции является некорректным. Действия истца могут причинить убытки, как и истцу, так и иным хозяйствующим субъектам конкурентам ввиду того, что потенциальные покупатели фармацевтических холодильных шкафов могут сделать выбор в пользу реализуемых ответчиком товаров, а не иных аналогичных товаров, так как сведения о сравнении реализуемых ответчиком товаров по уровню шума, размещенные на сайте, создают впечатление о превосходстве реализуемых ответчиком товаров по отношению к иным аналогичным товарам. Следовательно, в действиях ответчика, выразившихся в сравнении реализуемых обществом товаров с товарами иных хозяйствующих субъектов конкурентов на сайте по уровню шума имеются признаки нарушения пункта 1 статьи 14.3 ФЗ Закона о защите конкуренции.

Суд установил, что установление антимонопольным органом факта нарушения антимонопольного законодательства не является единственным и достаточным основанием для взыскания с ответчика убытков, и не освобождает истца от обязанности представления доказательств в обоснование заявленных требований. Для удовлетворения требований истцу необходимо доказать, что в результате действий ответчика и размещения им информации на в сети Интернет наступили неблагоприятные последствия для сформированной репутации истца. [[56]](#footnote-56)

Таким образом, для удовлетворения требований о взыскании убытков за причинение ущерба хозяйствующему субъекту необходимо доказать, что действия конкурента, выражающиеся в акте недобросовестной конкуренции в виде некорректного сравнения, повлекли вред устоявшейся репутации хозяйствующего субъекта и могут служить причиной возникновения отрицательных последствий в его хозяйственной деятельности в виде снижения потребительского спроса**.**

В соответствии с пунктом 12 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 N 25 "О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" по делам о возмещении убытков истец обязан доказать, что ответчик является лицом, в результате действий (бездействия) которого возник ущерб, а также факты нарушения обязательства или причинения вреда, наличие убытков (пункт 2 статьи 15 ГК РФ).[[57]](#footnote-57)

Согласно пункту 2 статьи 401 ГК РФ отсутствие вины доказывается лицом, нарушившим обязательство. По общему правилу, лицо, причинившее вред, освобождается от возмещения вреда, если докажет, что вред причинен не по его вине (пункт 2 статьи 1064ГК РФ).[[58]](#footnote-58)

Таким образом, вина в нарушении обязательства или в причинении вреда предполагается, пока не доказано обратное.

С учетом изложенных требований статьи 15 ГК РФ и с учетом особенностей дел о взыскании убытков, причиненных нарушением антимонопольного законодательства, предмет доказывания включает для истца следующие факты:

1. Совершение конкретным лицом (лицами) противоречащего антимонопольному законодательству действия или бездействия, соглашения, акта;
2. Наличие у истца убытков и их размер;
3. Причинно-следственная связь между нарушением права истца (противоправным поведением) и его убытками.

Так, Постановлением Арбитражного суда поволжского округа от 24 декабря 2018 г. N Ф06-40758/2018 по делу N А57-30825/2017 был удовлетворён иск о взыскании убытков хозяйствующего субъекта.

Как следует из материалов дела, общество с ограниченной ответственностью ЧОО "Тех-Защита" обратилось в Арбитражный суд Саратовской области с иском к обществу с ограниченной ответственностью "Дельта-Саратов о взыскании убытков, понесенных в связи с обращением в УФАС Саратовской области, в размере 40 000 рублей.

Работниками ответчика были осуществлены действия, выразившиеся в некорректном сравнении услуг, оказываемых группой компаний "Дельта" с аналогичными услугами, оказываемыми другими хозяйствующими субъектами, и указанные действия направлены на введение в заблуждении клиентов относительно качества оказываемых услуг с целью создания преимуществ перед другими конкурентами.

В целях получения юридической помощи и квалифицированного представительства своих интересов в УФАС по Саратовской области истец заключил договор на оказание юридических услуг, предметом которого являлось совершение от имени и за счет истца комплекса юридических действий, имеющих своей целью представительство интересов заявителя в УФАС по Саратовской области с составлением и подачей жалобы в антимонопольный орган.

Предупреждением УФАС по Саратовской области действия ответчика были признаны нарушением статьи 14.3 Закона о защите конкуренции.

Суд пришел к выводу, что нарушения действующего законодательства со стороны ответчика и убытки истца находятся в прямой причинно-следственной связи, а потому подлежат возмещению с учетом доказательств наличия их фактического несения и необходимости затрат, сформировавших расходы для защиты нарушенного права.

Однако, суды не учли убытки, которые понес или понесет в дальнейшем хозяйствующий субъект вследствие нарушения антимонопольного законодательства, которые могут выражаться в снижении потребительского спроса.

В соответствии со [статьей 15](https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?rnd=B45CF8B897306A38E24141B74C07D386&req=doc&base=LAW&n=378831&dst=100091&fld=134&REFFIELD=134&REFDST=100062&REFDOC=280597&REFBASE=LAW&stat=refcode%3D10881%3Bdstident%3D100091%3Bindex%3D79) ГК РФ, по общему правилу, лицо, право которого нарушено, может требовать полного возмещения причиненных ему убытков.

Реальный ущерб представляет собой расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрату или повреждение его имущества.[[59]](#footnote-59)

Важно отметить, что в состав реального ущерба входят не только фактически понесенные соответствующим лицом расходы, но и расходы, которые это лицо должно будет произвести для восстановления нарушенного права.[[60]](#footnote-60) Можем предположить, что под восстановлением нарушенного права также стоит понимать восстановление деловой репутации и потребительского спроса.

Под реальным ущербом можно понимать уплата пострадавшим лицом необоснованно завышенной цены, а также несение пострадавшим лицом необоснованных расходов в связи с навязыванием нарушителем невыгодных условий договора или отказом от заключения договора и др.

Упущенной выгодой является неполученный доход, на который увеличилась бы имущественная масса лица, право которого нарушено, если бы нарушения не было.[[61]](#footnote-61)

Как разъясняет там же Пленум Верховного Суда РФ, поскольку упущенная выгода представляет собой неполученный доход, при разрешении споров, связанных с ее возмещением, следует принимать во внимание, что ее расчет, представленный истцом, как правило, является приблизительным и носит вероятностный характер. Данное обстоятельство само по себе не может служить основанием для отказа в иске.

Несмотря на то, что убытки ввиду упущенной выгоды являются распространенным последствием нарушений антимонопольного законодательства, данный вид убытков является наиболее сложным в доказывании. Отказы в удовлетворении требований о взыскании упущенной выгоды достаточно распространены.

Президиумом ФАС России утверждена методика расчета убытков. Несмотря на рекомендательный характер указанной методики, практика возмещения убытков с лица, причинившего вред хозяйственной деятельности в результате совершения акта недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения, должна стать более распространенной. Данная методика может значительно облегчит расчет убытков.

Согласно данной методике при оценке упущенной выгоды судами должны оцениваться такие факты как отток клиентов к недобросовестному конкуренту, пропорциональное снижению прибыли хозяйствующего субъекта. Данная методика предлагает в оценку убытков положено сравнение фактической и контрфактуальной прибыли. То есть прибыли, которая могла бы быть, в случае если бы конкурент вел себя добросовестно. [[62]](#footnote-62) Аналогичные расчеты можно производить и на основе денежных потоков компании.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

1. В юридической доктрине существуют различные мнения относительно опеределения понятия недобросоветсной конкуренции. Легальное определение, закрепленное пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции под недобросовестной конкуренцией, устанавливает действие хозяйствующего субъекта или группы лиц против хозяйствующего субъекта-конкурента. Такое действие должно соответствовать следующим признакам, составляющим объективную сторону проявления недобросовестной конкуренции:

1. иметь направленность на получение преимущества при введении предпринимательской деятельности;
2. противоречить законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
3. причинять действительные или потенциальные убытки либо причинять действительный или потенциальный вред для деловой репутации хозяйствующего субъекта-конкурента.

Существующее легальное определение недобросовестной конкуренции распространяется на поведение в виде действий, выводя из-под своей сферы поведение, осуществляемое в виде бездействия (воздержания от действий). И хотя на практике бездействие представляет собой довольно редкий случай реализации противоправного антиконкурентного поведения, видится необходимым распространить запрет на недобросовестную конкуренцию и на бездействие хозяйствующих субъектов, внеся соответствующие изменения в п.9 ст.4 Закона о конкуренции.

2. Легальное определение некорректного сравнения, установленное статьей 14.3. Закона о защите конкуренции распространяется на сравнение хозяйствующим субъектом и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром. Однако, понятие обезличенного сравнения в законе отсутствует. Доктрина выработала подход к такому виду некорректного сравнения как обезличенное сравнение, под которым можно понимать сравнение товаров, производимых определённым хозяйствующим субъектом, которое противопоставляется не конкретным товарами других хозяйствующих субъектов, а каким-либо абстрактным продуктам с использованием характеристик следующего типа «другой», «простой», «прочие», «остальные». Обезличенное сравнение может причинять вред деловой репутации неограниченному кругу хозяйствующих субъектов, причинять убытки, а также вводить в заблуждение потребителя. Судебная практика по данным делам складывается негативно для хозяйствующих субъектов и потребителей, суды ссылаются на отсутствие какого-либо сравнения с конкретным хозяйствующим субъектом (товаром) при столкновении с обезличенным сравнением. Таким образом, видится важным закрепить данный тип некорректного сравнения в отдельный вид, установленный статьей 14.3. Закона о защите конкуренции.

3. При разграничении составов недобросовестной конкуренции, направленных на увеличение потока потребителей необходимо учитывать, что статьей 14.1 Закона о защите конкуренции устанавливающей запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации охватывается распространение недостоверных (ложных, неточных или искаженных) сведений хозяйствующим субъектом в отношении конкурентов, а статьей 14.2 Закона о защите конкуренции устанавливающей запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждения – в отношении своей собственной деятельности или своих товаров, работ или услуг.

Объектом некорректного сравнения в отличие от других форм недобросовестной конкуренции является одновременное упоминание собственных товаров, услуг или работ и товаров, услуг или работ хотя бы одного из конкурентов, а также сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом.

Под сравнением подразумевается подача информации, посредством которой происходит сопоставление двух и более явлений, анализ их параметров, определяется схожесть либо отличие. Таким образом, сравнивается качество товаров, их потребительские свойства, назначение, способы и условия изготовления или применения, результаты, ожидаемые от использования, пригодность для определенных целей. Сопоставляется и состояние товарного рынка, на котором реализуется товар, а именно количество товара, предлагаемого к продаже, наличие товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактический размера спроса на такой товар, а также условия реализации товара, например цена товаров, работ или услуг.

В связи с некорректным сравнением у потребителей товаров или услуг формируется оценка конкретного производителя или лица как единственно возможного. При этом достаточных правовых и практических оснований для этого нет. Таким образом, страдают не только конкуренты, но потребители, которые в силу заблуждения лишены полноценной свободы выбора.

В качестве субъективного признака недобросовестной конкуренции, осуществляемой путем некорректного сравнения, можно выделить умысел, направленный на получение преимуществ перед хозяйствующим субъектом-конкурентом.

 При разграничении сферы применения названных статей КоАП РФ необходимо исходить из того, что если ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами, находящимися в состоянии конкуренции с указанным лицом, а также иная информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции, содержатся в рекламе, то применяется административная ответственность, установленная статьей 14.3 КоАП РФ, а не статьей 14.33 КоАП РФ

Следует положительно оценить выявленные тенденции в правоприменительной практике по поводу применения норм антимонопольного и конкурентного законодательства в части квалификации нарушений запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения. Судами правильно интерпретируется законодательство, регулирующее конкурентные правоотношения. Разрешая конкретное дело, суды исходят из системного толкования взаимосвязанных положений, формируя правильное решение.

4. Противоправные действия хозяйствующих субъектов, выражающиеся в нарушении запрета на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения, наносят существенный вред деловой репутации потерпевшим хозяйствующим субъектам. Последние могут осуществлять защиту свои прав в соответствие со статей 152 ГК РФ. Закон о защите конкуренции устанавливает возможность для лиц, чьи права и интересы нарушены в результате нарушения антимонопольного законодательства, вправе обратиться в установленном порядке в арбитражный суд с исками, в том числе с исками о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, возмещении вреда, причиненного имуществу. Однако, правоприменительная практика складывается для потерпевших субъектов антимонопольных правоотношений негативно, что выражается в сложности доказывания причинения вреда деловой репутации и сопутствующих убытков.

Видится важным внести дополняющие положения в главу 2.1. Закона о защите конкуренции, обязывающие субъекта противоправного антимонопольного поведения, в случае признания его таковым, производить действия, восстанавливающие деловую репутацию потерпевшего или доказывать отсутствие причинение вреда своими противоправными действиями деловой репутации пострадавшего конкурирующего субъекта.

Отсутствие единого подхода к пониманию средств, форм, способов, мер защиты и ответственности во многом обусловлена несовершенством действующего гражданского законодательства, а также антимонопольного законодательства, в котором отсутствуют четкие правовые предписания относительно форм и способов защиты от недобросовестной конкуренции.

Для формирования единообразного подхода к применению мер защиты от недобросовестной конкуренции путем некорректного сравнения и восстановления нарушенных прав хозяйствующих субъектов методика оценивания убытков (реальных и упущенной выгоды) от антиконкурентного поведения должна быть закреплена Законом о защите конкуренции.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

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

1.1.1. Конвенция по охране промышленной собственности [Электронный ресурс]: заключена в Париже 20 марта 1883 // Закон. - №7 – 1999. - ред. от 02 февраля 1979

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

**2.1. Федеральные законы**

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

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

2.2.3. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: от 30 ноября 1994 г. № 51 – ФЗ // Рос. газ. – 1994. – 8 дек. – № 238 – 293. – (ред. от ред. от 09.03.2021г.). – СПС «КонсультантПлюс».

2.2.4. 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».

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

2.2.1. Письмо ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15 «О применении «четвертого антимонопольного пакета» // СПС Консультант плюс.

2.2.2. Письмо ФАС России от 30.09.2011 года № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» // СПС Консультант плюс.

2.2.3. Разъяснению Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 11 "По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства" (утв. протоколом Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 20).

**3. Литература**

3.1. Каминка А.И. Очерки торгового права. М., 2002. С. 231.

3.2. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. Т. II: Товар. Торговые сделки.

3.3. Дозорцев В.А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая? // Юридический мир. 1997. № 4. С. 33.

3.4. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] / О. А. Городов. -М. : Статут, 2008.

3.5. Куркина А.В. Совершение актов недобросовестной конкуренции в форме бездействия в свете последних изменений в закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35538935&

3.6. Петров Д.А. Недобросовестная конкуренция: понятие и признаки [Электронный ресурс] / Д.А. Петров. 2016.

3.7. Конкурентное право Российской Федерации: учебное пособие для вузов / Под ред. Н.И. Клейн, Н.Е. Фонаревой. М., 1999. С. 96-97.

3.8. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» (Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е.) М., 2012.

3.8. Кондратовская СН. Правовые проблемы пресечения недобросовестной конкуренции на товарных рынках: дис. на соискание ученой степени канд. юрид. Наук. СПб., 2005. С. 80.

3.9. Научно-практический комментарий к федеральному закону «О защите конкуренции» / Отв. Ред. И.Ю. Артемьев; МГИМО (У) МИД России, ФАС России. – М.: Статут, 2017.

3.10. Варламова А.Н. Конкурентное право России. М., 2008.

3.11. Пономарёва Т. Дискредитация как инструмент в конкурентной борьбе [Электронный ресурс] / Т. Пономарёва // Новая бухгалтерия- 2017.- №8.

**4. Материалы судебной практики**

**4.1. Материалы судебной практики Российской Федерации**

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

4.1.1.1. Определение Верховного Суда РФ по делу №305-ЭС16-1760 от 20 марта 2017 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.2. Определении Верховного Суда РФ по делу N А56-17708/2014 от 26 октября 2015 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.3. 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» [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.4. Постановление Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе»» [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 N 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» [[Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.6. 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» [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.7. «Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации N 1 (2017)» (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.02.2017) [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.8. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 17.07.2012 N 17528/11 [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.1.1.9. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

**4.2.1. Акты судов общей юрисдикции Российской Федерации**

4.2.1.1. Постановление Арбитражного суда Московского округа по делу № А40-223476/17 1760 от 13 сентября 2018 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.2. Постановление Арбитражного суда Поволжского округа № Ф06-25679/2017 от 2 ноября 2017 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.3. Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа по делу № А01-2919/2017 от 3 октября 2018 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.4. Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда № 12АП-3959/2019 по делу № А12-34592/2018 от 19 июня 2019 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.5. Постановлении Семнадцатого Арбитражного апелляционного суда № 17АП-11984/2017-Аку от 29 сентября 2017 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.6. Постановлением Девятого Арбитражного апелляционного суда № 09АП-60453/2018 от 18 декабря 2018 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.7. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда №02АП-4074/2018 по делу №А28-14610/2017 от 26 июля 2018 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.8.Постановлении Восемнадцатого Арбитражного Апелляционного суда № 18АП-20091/2019 по делу № А47-9420/2019 от 18 февраля 2020 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

4.2.1.9. Постановление Суда по интеллектуальным правам № С01-436/2014 по делу № А50-17219/2013 от 19 июня 2014 года [Электронный ресурс]. – СПС «КонсультантПлюс».

**5. Решения Управления федеральной антимонопольной службы.**

5.1. Решение Хабаровского УФАС России от 05.05.2016 по делу № 4-05/55.

5.2. Решению Тамбовского Управления федеральной антимонопольной службы России от 20.02.2019 по делу № А4-4/18.

1. Каминка А.И. Очерки торгового права. М., 2002. С. 231. [↑](#footnote-ref-1)
2. Каминка А.И. Очерки торгового права. М., 2002. С. 232. [↑](#footnote-ref-2)
3. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. Т. II: Товар. Торговые сделки. [Электронный ресурс] - https://library.brstu.ru/static/bd/klassika\_ros\_civilizac/Elib/912.html [↑](#footnote-ref-3)
4. Дозорцев В.А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая? // Юридический мир. 1997. № 4. С. 33. [↑](#footnote-ref-4)
5. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] / О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#18 [↑](#footnote-ref-5)
6. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 19.06.2014 № С01-436/2014 по делу № А50-17219/2013 [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-6)
7. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "О защите конкуренции" [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-7)
8. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 23.04.2018) "О защите конкуренции" [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-8)
9. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 19.06.2014 № С01-436/2014 по делу № А50-17219/2013 [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-9)
10. Куркина А.В. Совершение актов недобросовестной конкуренции в форме бездействия в свете последних изменений в закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35538935& [↑](#footnote-ref-10)
11. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#18 [↑](#footnote-ref-11)
12. 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-12)
13. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#18 [↑](#footnote-ref-13)
14. 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.). [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-14)
15. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#103 [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же [↑](#footnote-ref-16)
17. 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" [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-17)
18. Определении ВС РФ от 26.10.2015 по делу N А56-17708/2014 [Электронный ресурс] - http://www.supcourt.ru/stor\_pdf\_ec.php?id=1385806 [↑](#footnote-ref-18)
19. 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-19)
20. 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-20)
21. Научно-практический комментарий к федеральному закону «О защите конкуренции» / Отв. Ред. И.Ю. Артемьев; МГИМО (У) МИД России, ФАС России. – М.: Статут, 2017 – 244 с. [↑](#footnote-ref-21)
22. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#103 [↑](#footnote-ref-22)
23. Конкурентное право Российской Федерации: учебное пособие для вузов / Под ред. Н.И. Клейн, Н.Е. Фонаревой. М., 1999. С. 96-97. [↑](#footnote-ref-23)
24. Городов, О. А.. Недобросовестная конкуренция : Теория и правоприменительная практика [Электронный ресурс] /О. А. Городов. -М. : Статут, 2008. - Режим доступа : https://proxy.library.spbu.ru:2385/reader/book/140653/#103 [↑](#footnote-ref-24)
25. Постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 19.06.2019 N 12АП-3959/2019 по делу N А12-34592/2018. [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-25)
26. О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе»: Постановление Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года № 58 [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#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 [↑](#footnote-ref-27)
28. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» (Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е.) М., 2012. [↑](#footnote-ref-28)
29. Кондратовская СН. Правовые проблемы пресечения недобросовестной конкуренции на товарных рынках: дис. на соискание ученой степени канд. юрид. Наук. СПб., 2005. С. 80. [↑](#footnote-ref-29)
30. Научно-практический комментарий к федеральному закону «О защите конкуренции» / Отв. Ред. И.Ю. Артемьев; МГИМО (У) МИД России, ФАС России. – М.: Статут, 2017 – 244 с. [↑](#footnote-ref-30)
31. Научно-практический комментарий к федеральному закону «О защите конкуренции» / Отв. Ред. И.Ю. Артемьев; МГИМО (У) МИД России, ФАС России. – М.: Статут, 2017 – 244 с. [↑](#footnote-ref-31)
32. 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 9 марта 2021 г.). – СПС «КонсультантПлюс» [↑](#footnote-ref-32)
33. 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-33)
34. Письмо ФАС России от 24.12.2015 N ИА/74666/15 "О применении "четвертого антимонопольного пакета". [Электронный ресурс] – СПС «Консультант Плюс». [↑](#footnote-ref-34)
35. Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий). Учебник для вузов. М., 2003. С. 122, 149. [↑](#footnote-ref-35)
36. Кондратовская С.Н. Правовые проблемы пресечения недобросовестной конкуренции на товарных рынках: дис. канд. Юрид. наук. СПб., 2005. С. 122, 149. [↑](#footnote-ref-36)
37. Варламова А.Н. Конкурентное право России. М., 2008. С. 392. [↑](#footnote-ref-37)
38. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 04.03.2021 N 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-38)
39. Городов О.А., Петров А.В., Шмигельская Н.А. Недобросовестная конкуренция: учебное пособие. [↑](#footnote-ref-39)
40. Там же [↑](#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. Там же [↑](#footnote-ref-42)
43. 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-43)
44. 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-44)
45. "Обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации N 1 (2017)" (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.02.2017) [Электронный ресурс] СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-45)
46. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 17.07.2012 N 17528/11 [Электронный ресурс] - http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-46)
47. 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-47)
48. "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-48)
49. Разъяснение Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 11 "По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства" (утв. протоколом Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 20) [↑](#footnote-ref-49)
50. 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-50)
51. 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-51)
52. Разъяснению Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 11 "По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства" (утв. протоколом Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 20) //http://www.consultant.ru [↑](#footnote-ref-52)
53. 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-53)
54. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа по делу N А33-20545/2019 от 26.11.2020 // http://www.supcourt.ru/stor\_pdf\_ec.php?id=1385806 [↑](#footnote-ref-54)
55. Там же [↑](#footnote-ref-55)
56. Там же [↑](#footnote-ref-56)
57. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 N 25 "О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации" [↑](#footnote-ref-57)
58. 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-58)
59. 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-59)
60. Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 N 25 // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-60)
61. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-61)
62. Разъяснений Президиума ФАС России от 11.10.2017 № 11 "По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства" (утв. протоколом Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 20). // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-62)