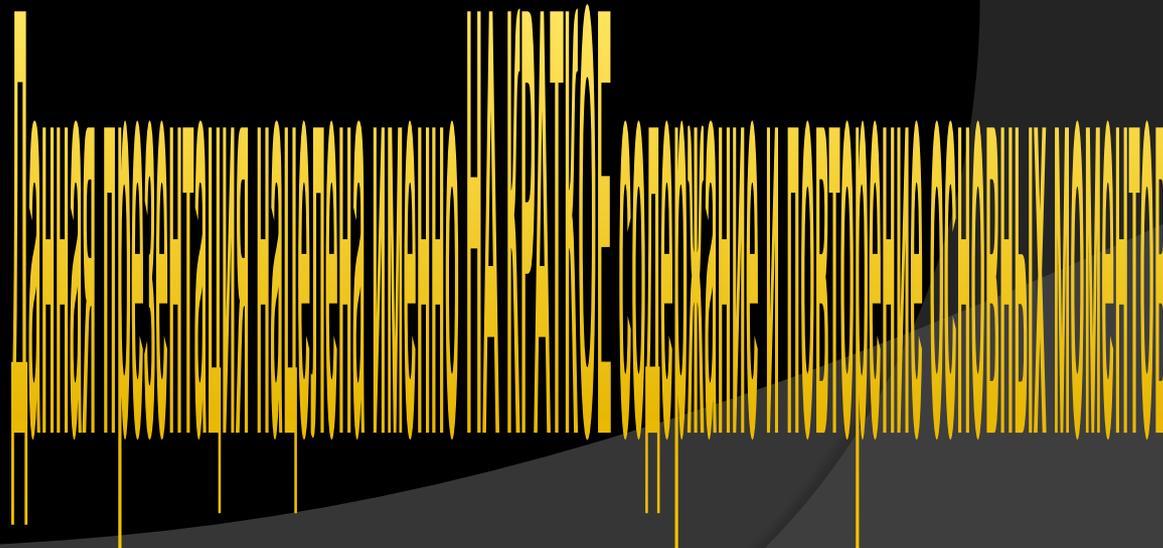


**КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ
ПРОЙДЕННОГО КУРСА ПО(1
И 2 ТЕМЕ) ПО ПРЕДМЕТУ
АНТИМОНОПОЛЬНОЕ
ПРАВО**



TEMA 1

Список вопросов

- 1. Понятие товарного рынка и конкуренции. Роль конкуренции в развитии экономики государства.
- 2. Предмет регулирования конкурентного права. Общая характеристика общественных отношений, регулируемых конкурентным правом.
- 3. Метод правового регулирования отношений, входящих в предмет конкурентного права.
- 4. Понятие и классификация принципов конкурентного права.
- 5. Цели и задачи конкурентного права.
- 6. Понятие источников конкурентного права. Особенности классификации источников конкурентного права (антимонопольного законодательства).
- 7. Конституция Российской Федерации как правовая основа регулирования отношений в сфере защиты конкуренции.
- 8. Международные акты, как источники конкурентного права.
- 9. Федеральный закон «О защите конкуренции», как основной источник антимонопольного законодательства Российской Федерации.
- 10. Иные федеральные законы, регулирующие отношения в сфере конкуренции: Гражданский кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Федеральный закон «О рекламе», Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд» и др.

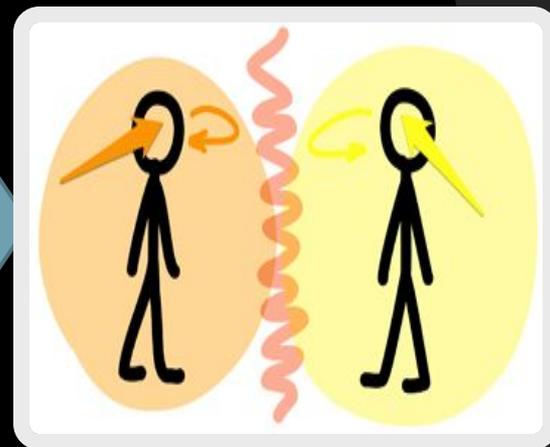
- 11. Сфера действия конкурентного (антимонопольного) законодательства Российской Федерации.
- 12. Место антимонопольного законодательства Российской Федерации в системе российского законодательства. Соотношение антимонопольного законодательства с гражданским и административным законодательством.
- 13. Значение постановлений высших судебных органов в применении конкурентного (антимонопольного) законодательства Российской Федерации.
- 14. Понятие и общая характеристика субъектов конкурентного права. Виды субъектов конкурентного права.
- 15. Хозяйствующий субъект и его правовой статус. Общая характеристика хозяйствующих субъектов.
- 16. Группа лиц. Основания и порядок образования группы лиц в конкурентном праве.
- 17. Органы государственной и муниципальной власти как участники отношений в сфере конкуренции.
- 18. Антимонопольный орган как субъект конкурентного права.
- 19. Понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
- 20. Критерии установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
- 21. Особенности установления доминирующего положения субъектов естественных монополий и лиц, доля которых на товарном рынке превышает более 35 процентов.
- 22. Особенности установления доминирующего положения хозяйствующих субъектов, доля которых на товарном рынке не превышает 35 процентов.
- 23. Особенности установления доминирующего положения на товарном рынке финансовой организации.
- 24. Коллективное доминирование хозяйствующих субъектов на товарном рынке.
- 25. Порядок и правовые последствия установления доминирующего положения на товарном рынке.

1. Понятие товарного рынка и конкуренции. Роль конкуренции в развитии экономики государства.

- ◎ **Товарный рынок** - сфера обращения товара, который **не может быть заменен** другим товаром, или взаимозаменяемых товаров исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.



- ◎ **Конкуренция** - 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 (**ст. 4 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции"**).



Функции и Роль

конкуренции

Функция регулирования: чтобы устоять в конкурентной борьбе, производитель должен предлагать товары, предпочитаемые потребителем. Т.е., ресурсы направляются под влиянием цен в те отрасли, где в них наибольшая потребность.

- **Функция мотивации:** фирмы, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или с меньшими издержками, получают прибыль; фирмы, не способные обеспечить высокое качество и низкий уровень издержек, терпят убытки и уходят с рынка.
- **Функция контроля:** конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждой фирмы. Потребитель может выбирать среди разных продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.



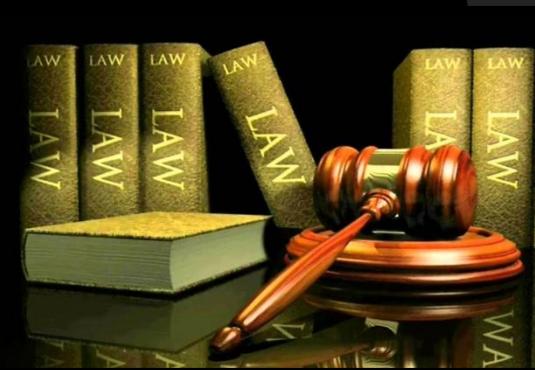
Инновационная: чтобы победить в конкурентной борьбе, необходимо осуществлять инновации, что позволяет создать более качественные и разнообразные товары.

Оптимизационная: конкуренция обеспечивает реализацию интересов потребителя (получение максимума полезности) и производителя (максимизация прибыли), т.е. на рынке формируется состояние социального оптимума.

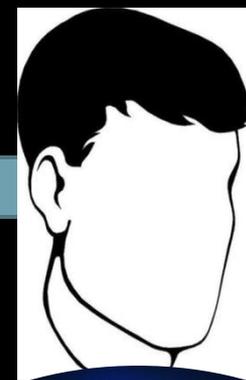


2. Предмет регулирования конкурентного права. Общая характеристика общественных отношений, регулируемых конкурентным правом.

- Предмет АМП в качестве правовой и учебной дисциплины или учебного курса составляют **Н**ормативные **П**равовые **а**кты, регулирующие отношения в сфере конкуренции и монополии, административная и судебная практика в данной области, история развития антимонопольного (конкурентного) права в **Рос**сии и за рубежом



- Под отношениями, регулируемым антимонопольным (конкурентным) правом, следует понимать **общественные отношения**, в которых могут участвовать **физические и юридические** лица, включая потребителей, хозяйствующих субъектов. Эти отношения возникают в **сфере конкуренции и монополии**, права и обязанности их участников определены нормами законодательства, регулирующего отношения в сфере конкуренции и монополии.



3. Метод правового регулирования отношений, входящих в предмет конкурентного права.

- Рассматривая метод конкурентного необходимо помнить, что **это совокупность приемов и способов**, с помощью которых осуществляется **регулирование отношений**, входящих в предмет конкурентного права.



И





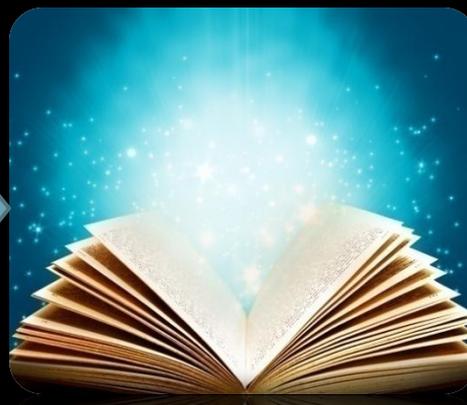
- При этом метод конкурентного права имеет свое уникальное сочетание **императивных** и **диспозитивных** начал регулирования, которое характеризуется:

централизованным регулированием отношений в сфере защиты конкуренции на федеральном уровне и **запретом** регулирования этих отношений на уровне субъектов РФ и муниципальном уровне;



4. Понятие и классификация принципов конкурентного права

Принципы конкурентного права являются основные положения, отражающие кратко **сущность системы** антимонопольного законодательства и политику государства в сфере защиты конкуренции.

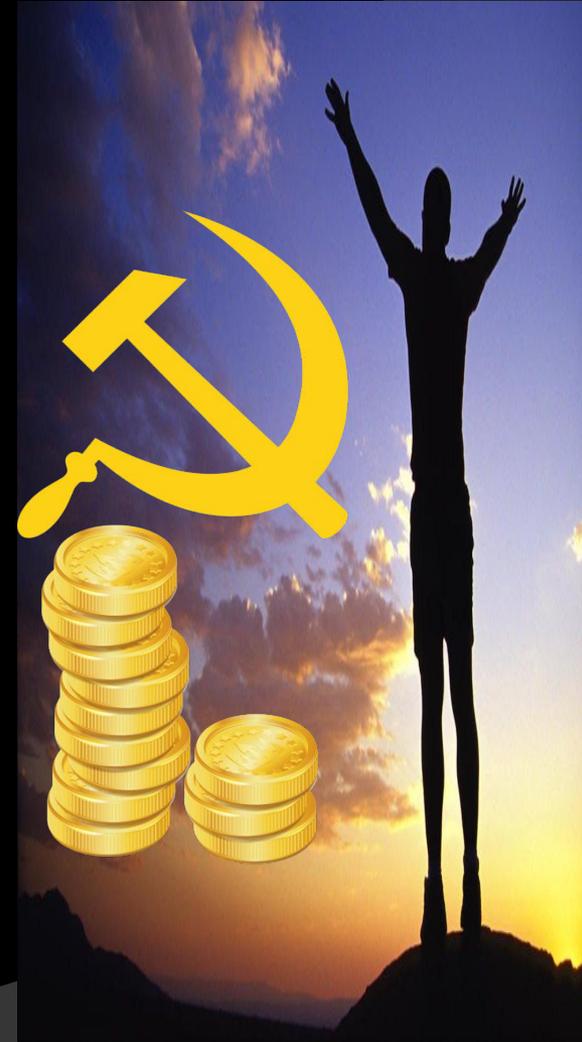




- ◎ Принципы конкурентного права в зависимости от источника их закрепления могут быть классифицированы на:
 - ◎ 1) конституционные принципы;
 - ◎ 2) отраслевые принципы конкурентного права.

Принцип свободы экономической деятельности.

- данный принцип относится к **конституционным принципам**
- **право** субъекта экономической деятельности начинать, вести и прекращать ее в любой не запрещенной законом сфере и форме
- **право** получать, использовать и передавать достоверную экономическую информацию
- **право** на защиту интересов экономически слабой стороны в ходе хозяйственной деятельности;



Принцип государственного регулирования рыночных отношений

- Государственное регулирование экономики – это осуществляемая на основании и в пределах, допускаемых федеральными законами, целенаправленная деятельность органов государственной власти по планированию (программированию), организации, стимулированию, учету контролю и управлению различными видами экономической активности хозяйствующих субъектов и хозяйственной системы в целом.



5. Цели и задачи конкурентного права



- ◎ *Цель правового регулирования конкуренции и монополии*
- ◎ *обеспечение эффективности рыночной экономики*
- ◎ *защита публичных экономических интересов*



Задачи правового регулирования в данной сфере

2+2=



- создания необходимых условий для существования и развития экономической состязательности на рынке (конкурентных отношений);



- признания за субъектом предпринимательства права на конкуренцию и защиты этого права;



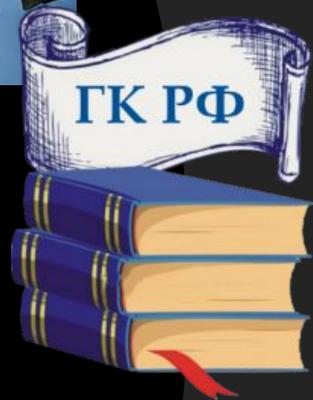
- контроля за монополизацией предпринимательской деятельности (за доминирующим положением, концентрацией капиталов);



- предупреждения и преследования правонарушений

6. Понятие источников конкурентного права. Особенности классификации источников конкурентного права (антимонопольного законодательства)

- ❖ Конституция РФ;
- ❖ международные договоры;
- ❖ ГК;
- ❖ Закон о защите конкуренции;
- ❖ иные федеральные законы, регулирующие отношения, связанные с защитой конкуренции;
- ❖ постановления Правительства РФ в случаях, предусмотренных антимонопольным законодательством;
- ❖ нормативные правовые акты федерального антимонопольного органа в случаях, предусмотренных антимонопольным законодательством.



7. Конституция РФ как правовая основа регулирования отношений в сфере защиты конкуренции



8



34



74



Установление правовых основ единого рынка находится в ведении Российской Федерации, и, следовательно, антимонопольное законодательство имеет федеральный уровень (п. «ж» ст. 71);

- п. 1 ст. 8, провозглашающее принцип государственной поддержки конкуренции
- **"не допускается** экономическая деятельность, направленная на **монополизацию и недобросовестную конкуренцию"** (ч. 2 ст. 34)
- не допускается** установление таможенных границ, пошлин, сборов и каких-либо иных препятствий для свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств (ст. 74)

8. Международные акты, как источники конкурентного права.

3. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, применяются правила международного договора Российской Федерации.

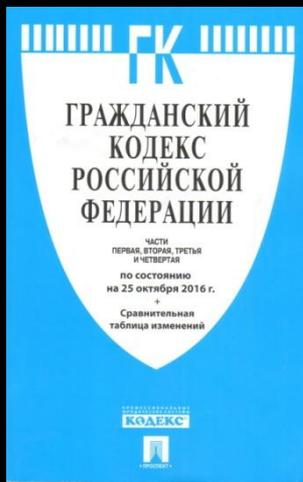


- Федеральная антимонопольная служба активно сотрудничает с международными организациями и зарубежными антимонопольными ведомствами в области антимонопольной политики, борьбы с недобросовестной конкуренцией и государственного регулирования естественных монополий
- Конституция РФ устанавливает, что общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы.



9. Федеральный закон «О защите конкуренции», как основной источник антимонопольного законодательства РФ.

- © **Ст. 2** ФЗ "О защите конкуренции" устанавливает, что антимонопольное законодательство Российской Федерации основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из
- Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции";
 - иных федеральных законов, регулирующих отношения в сфере защиты конкуренции (указанные в ст. 3 закона).



Принят
Государственной Думой
8 июля 2006 года



Одобен
Советом Федерации
14 июля 2006 года



- Предметом регулирования комментируемого Закона являются организационные и правовые основы защиты конкуренции.

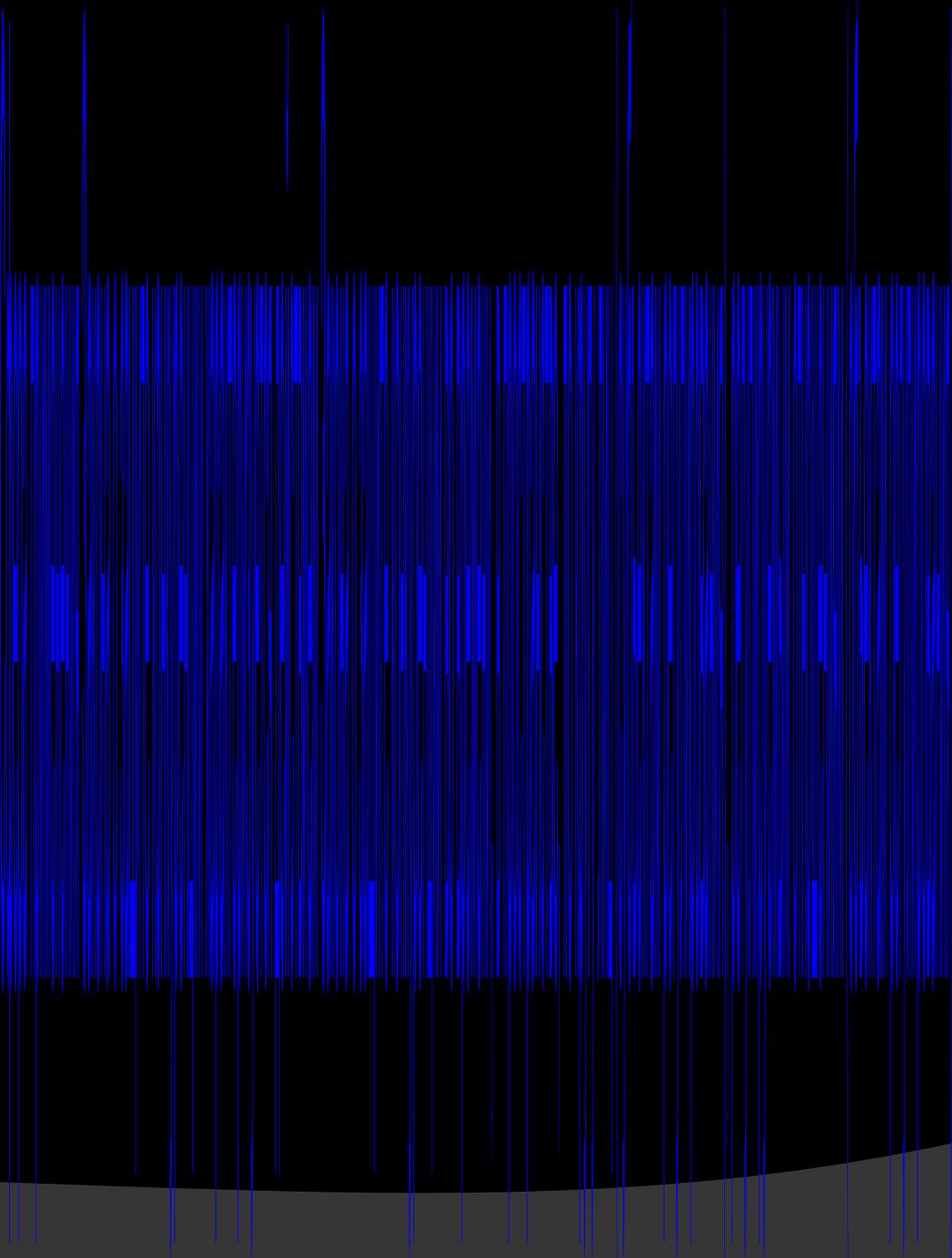
54

Состоит из 54 статей

11. Сфера действия конкурентного (антимонопольного) законодательства рф.

- ◎ Закон о защите конкуренции регулирует поведение хозяйствующих субъектов на товарном рынке, включая рынок финансовых услуг.





Необходимо отметить, что отношения в сфере защиты конкуренции регулируются только на федеральном уровне.



В сферу Закона о защите конкуренции включены не только общественные отношения, участниками которых являются хозяйствующие субъекты, ограничивающие конкуренцию и ущемляющие интересы своих контрагентов, **но и общественные отношения с участием субъектов, наделенных властными полномочиями и имеющих возможность влиять на экономические правоотношения участников всех рынков, вмешиваясь своими действиями, актами и соглашениями между**

12. Место антимонопольного законодательства рф в системе российской законодательства. Соотношение антимонопольного законодательства с гражданским и административным законодательством.



отрасль является комплексной: имея в основе нормы:

административного права.

Антимонопольное законодательство , также включает: **конституционные(Ст 34)**, **гражданско-правовые**, **уголовно-правовые нормы.**





Уголовное
право



Конститу-
ционное
право



Антимонопольное
право



Администра-
тивное
право



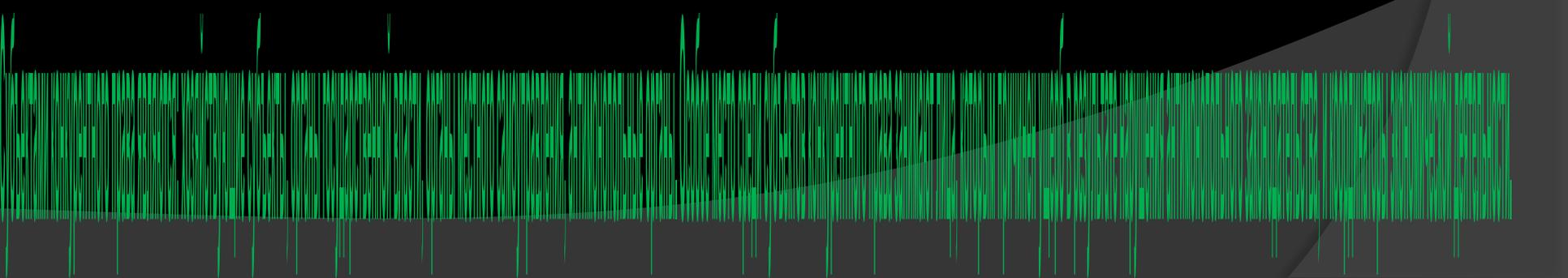
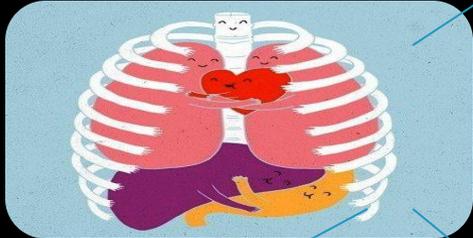
Гражданское
Право

13. Значение постановлений высших судебных органов в применении конкурентного (антимонопольного) законодательства РФ.

- Нижестоящими судами в настоящий момент по делам, связанными с нарушениями антимонопольного законодательства, учитывается информационное письмо Президиума ВАС РФ от 30.03.1998 № 32 «Обзор практики разрешения споров, связанных с применением антимонопольного законодательства». Также особое значение имеет постановление Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства», с учетом изменений, внесенных постановлением Пленума ВАС РФ от 14.10.2010 № 52.
- Вместе с тем, не в меньшей мере правоприменительная практика формируется решениями Президиума ВАС РФ по отдельным делам, связанным с применением антимонопольного законодательства.

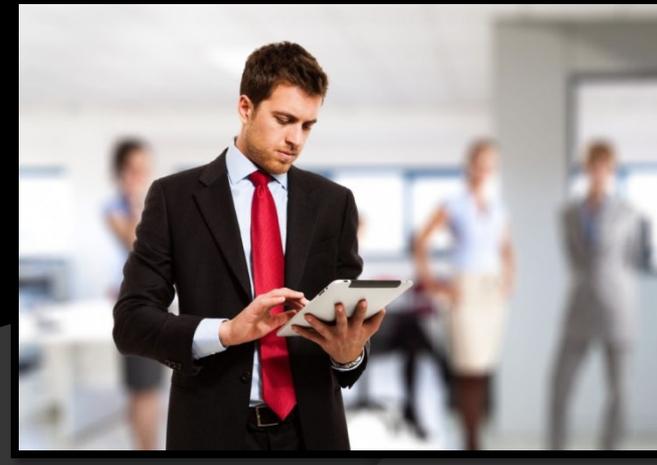
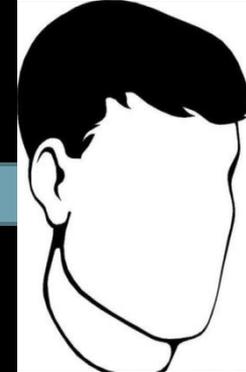


14. Понятие и общая характеристика субъектов конкурентного права. Виды субъектов конкурентного права.



Важно помнить, что в состав хозяйствующих субъектов входят как физические, так и юридические лица. При этом следует последовательно определить категории указанных лиц, относящиеся к хозяйствующим субъектам.

- **Субъекты конкурентных отношений = хозяйствующие субъекты:**
- **1) коммерческие организации;**
- **2) некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, приносящую доход;**
- **3) ИП.**



15.Хозяйствующий субъект и его правовой статус. Общая характеристика хозяйствующих субъектов

- **Хозяйствующий субъект** – субъект, который на свой **риск** осуществляет самостоятельную деятельность, направленную на систематическое извлечение прибыли от пользования имуществом, продажи товара, выполнения работ или оказания услуг, и который зарегистрирован в этом качестве в установленном законом порядке.



Классификация субъектов хозяйственного права может производиться по разным критериям.

1) По характеру компетенции:

- субъекты, непосредственно осуществляющие предпринимательскую деятельность;
- субъекты, осуществляющие руководство предпринимательской деятельностью (руководство экономикой страны).

2) По форме организации предпринимательской деятельности:

- субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица,
- субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность с образованием юридического лица



3) По организационно-правовой форме предпринимательской деятельности.

- коммерческие организации.

а) хозяйственные товарищества (полные товарищества, командитные товарищества – товарищества на вере),

б) хозяйственные общества (общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, АО),

в) унитарные предприятия (на праве хозяйственного ведения, оперативного управления),

г) производственные кооперативы,

- некоммерческие организации



- ◎ **4) По форме собственности**
- государственные, муниципальные и частные.

- ◎ **5) По правовому статусу -**
юридические лица и индивидуальные предприниматели.



6) По наличию иностранных инвестиций:

- ◎ - организации с иностранными инвестициями (в состав участников входят иностранные инвесторы),
- ◎ - субъекты, не имеющие в составе участников иностранных инвесторов.



16.Группа лиц. Основания и порядок образования группы лиц в конкурентном праве.

- ⦿ В антимонопольном законодательстве Российской Федерации суть понятия «группа лиц» не раскрывается.
- ⦿ Ст. 9 ФЗ от "О защите конкуренции" перечисляет совокупность признаков, определяющих группу лиц в конкурентном праве.

9



Статья 9. Группа лиц

(в ред. Федерального закона от 06.12.2011 N 401-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

1. Группой лиц признается совокупность физических лиц и (или) юридических лиц, соответствующих одному или нескольким признакам из следующих признаков:

1) хозяйственное общество (товарищество, хозяйственное партнерство) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо имеет в силу своего участия в этом хозяйственном обществе (товариществе, хозяйственном партнерстве) либо в соответствии с полномочиями, полученными, в том числе на основании письменного соглашения, от других лиц, более чем пятьдесят процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества (товарищества, хозяйственного партнерства);

2) юридическое лицо и осуществляющие функции единоличного исполнительного органа этого юридического лица физическое лицо или юридическое лицо;

(п. 2 в ред. Федерального закона от 05.10.2015 N 275-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

3) хозяйственное общество (товарищество, хозяйственное партнерство) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо на основании учредительных документов этого хозяйственного общества (товарищества, хозяйственного партнерства) или заключенного с этим хозяйственным обществом (товариществом, хозяйственным партнерством) договора вправе давать этому хозяйственному обществу (товариществу, хозяйственному партнерству) обязательные для исполнения указания;

4) юридические лица, в которых более чем пятьдесят процентов количественного состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета, совета фонда) составляют одни и те же физические лица;

(п. 4 в ред. Федерального закона от 05.10.2015 N 275-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

5) хозяйственное общество (хозяйственное партнерство) и физическое лицо или юридическое лицо, если по предложению такого физического лица или такого юридического лица назначен или избран единоличный исполнительный орган этого хозяйственного общества (хозяйственного партнерства);

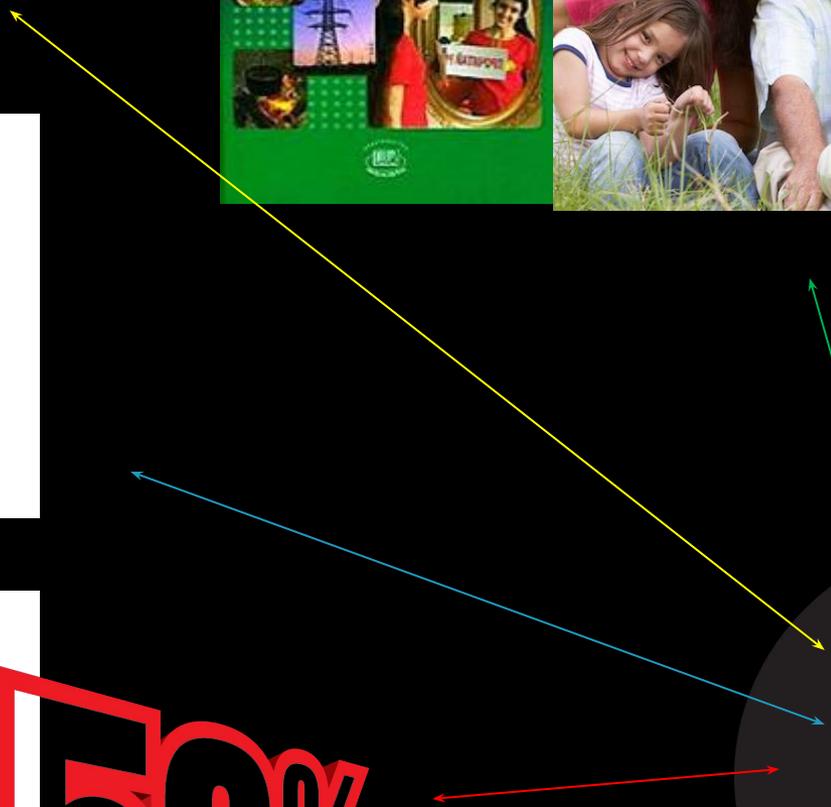
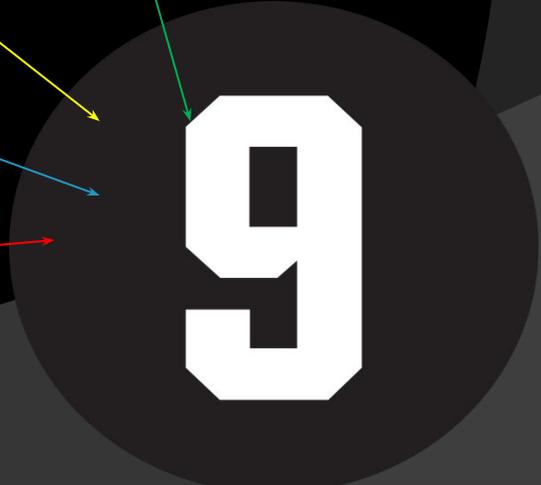
6) хозяйственное общество и физическое лицо или юридическое лицо, если по предложению такого физического лица или такого юридического лица избрано более чем пятьдесят процентов количественного состава коллегиального исполнительного органа либо совета директоров (наблюдательного совета) этого хозяйственного общества;

7) физическое лицо, его супруг, родители (в том числе усыновители), дети (в том числе усыновленные), полнородные и неполнородные братья и сестры;

8) лица, каждое из которых по какому-либо из указанных в пунктах 1 - 7 настоящей части признаку входит в группу с одним и тем же лицом, а также другие лица, входящие с любым из таких лиц в группу по какому-либо из указанных в пунктах 1 - 7 настоящей части признаку;

9) хозяйственное общество (товарищество, хозяйственное партнерство), физические лица и (или) юридические лица, которые по какому-либо из указанных в пунктах 1 - 8 настоящей части признаков входят в группу лиц, если такие лица в силу своего совместного участия в этом хозяйственном обществе (товариществе, хозяйственном партнерстве) или в соответствии с полномочиями, полученными от других лиц, имеют более чем пятьдесят процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества (товарищества, хозяйственного партнерства).

2. Установленные антимонопольным законодательством запреты на действия (бездействие) на товарном рынке хозяйствующего субъекта распространяются на действия (бездействие) группы лиц, если федеральным законом не установлено иное.



17. Органы государственной и муниципальной власти как участники отношений в сфере конкуренции.

- Установление основ конкурентного регулирования находится в ведении федеральной власти, т.е. законодательное регулирование отношений конкуренции и монополии осуществляется преимущественно Федеральным Собранием Российской Федерации - парламентом России (п. "ж" ст. 71 Конституции РФ).



Гос Дума

- К ведению Комитета Государственной Думы по экономической политике, **предпринимательству и туризму.**
- Вопросы правового регулирования естественных монополий рассматриваются в Комитете Государственной Думы по **энергетике, транспорту и связи.**
- Разработки специальных конкурентных механизмов в отдельных отраслях могут рассматриваться **в специальных отраслевых комитетах Думы.**



Совет Федерации

- Комитет Совета Федерации по экономической политике, предпринимательству и собственности, а также Комиссию Совета Федерации по естественным монополиям.
- Проводятся парламентские слушания, круглые столы, принимаются законы, формулируются депутатские запросы в исполнительные и правоохранительные органы, ответственные за регулирование и/или контроль и надзор в сфере конкуренции и монополии.



Счетная Палата



- **Счетная палата также осуществляет контроль в сфере законности размещения государственных и муниципальных заказов.** В ходе проверок
- **Счетная палата может выявлять нарушения** антимонопольного законодательства и законодательства о размещении заказов в части ограничения конкуренции при проведении процедур размещения заказов и нарушения порядка таких процедур.
- Уполномочена **передавать результаты проверок**, свидетельствующие о нарушениях, в правоохранительные органы, а также уполномоченные органы в сфере контроля законодательства о размещении заказов, в частности в антимонопольный орган.



Законодательные и представительные органы регионов и муниципалитетов

- ◎ **не могут создавать** какие-либо механизмы в сфере регулирования конкуренции и монополий, их нормы могут лишь реализовывать законодательные положения в данной сфере, определенные на федеральном уровне, например в сфере регулирования естественных монополий.
- ◎ Т.к антимонопольное зак-во осуществляется **НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ**



18. Антимонопольный орган как субъект конкурентного права Правовой статус антимонопольного органа

- В настоящее время антимонопольным органом России является Федеральная антимонопольная Служба



○



Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции

- ◎ **по принятию** нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства
- ◎ по контролю за осуществлением иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства
- ◎ по контролю в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд и согласованию применения закрытых способов определения поставщиков



Права фас:

- запрашивать и получать в установленном порядке сведения, необходимые для принятия решений по вопросам, отнесенным к компетенции Службы;
- заказывать проведение необходимых исследований, испытаний, анализов и оценок, а также научных исследований по вопросам осуществления надзора в установленной сфере деятельности;
- давать юридическим и физическим лицам разъяснения по вопросам, отнесенным к компетенции Службы;
- осуществлять контроль за деятельностью территориальных органов Службы;
- привлекать в установленном порядке для проработки вопросов в установленной сфере деятельности научные и иные организации, ученых и специалистов;



Google





- создавать координационные, совещательные и экспертные органы (советы, комиссии, группы, коллегии), в том числе межведомственные, в установленной сфере деятельности;
- издавать индивидуальные правовые акты по отнесенным к компетенции Службы вопросам, в том числе приказы, определения, постановления, в случаях, предусмотренных антимонопольным законодательством, законодательством о естественных монополиях и законодательством о рекламе;
- учреждать знаки отличия и награждать ими граждан за высокие достижения в установленной сфере деятельности.

19. Понятие доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.

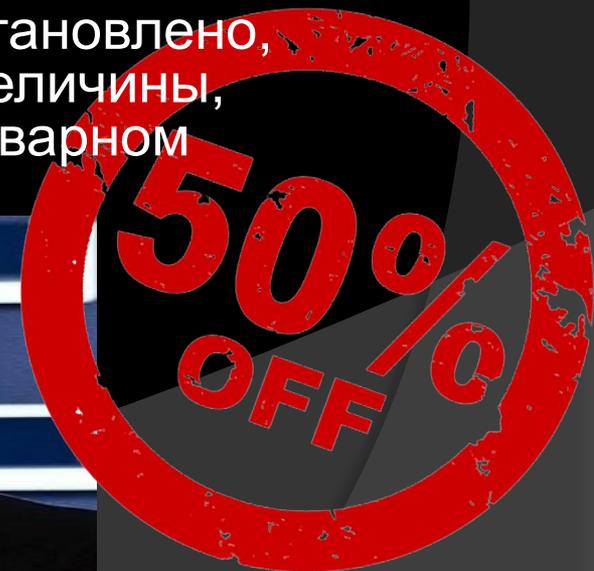




- **оказывать** решающее **Влияние** на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке
- **Устранять** с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов
- **Затруднять доступ** на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.



- ◎ При установлении индивидуального доминирования резюмируется, что хозяйствующий субъект, за исключением финансовой организации, занимает **доминирующее положение**, если его доля на рынке определенного товара **превышает 50%**, если только при рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства или при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией не будет установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим.





- © **Не может быть признано доминирующим положение** хозяйствующего субъекта (за исключением финансовой организации), доля которого на рынке определенного товара не превышает **35%**, за исключением указанных в частях 3, 6 и 6.1 ст. 5 случаев.

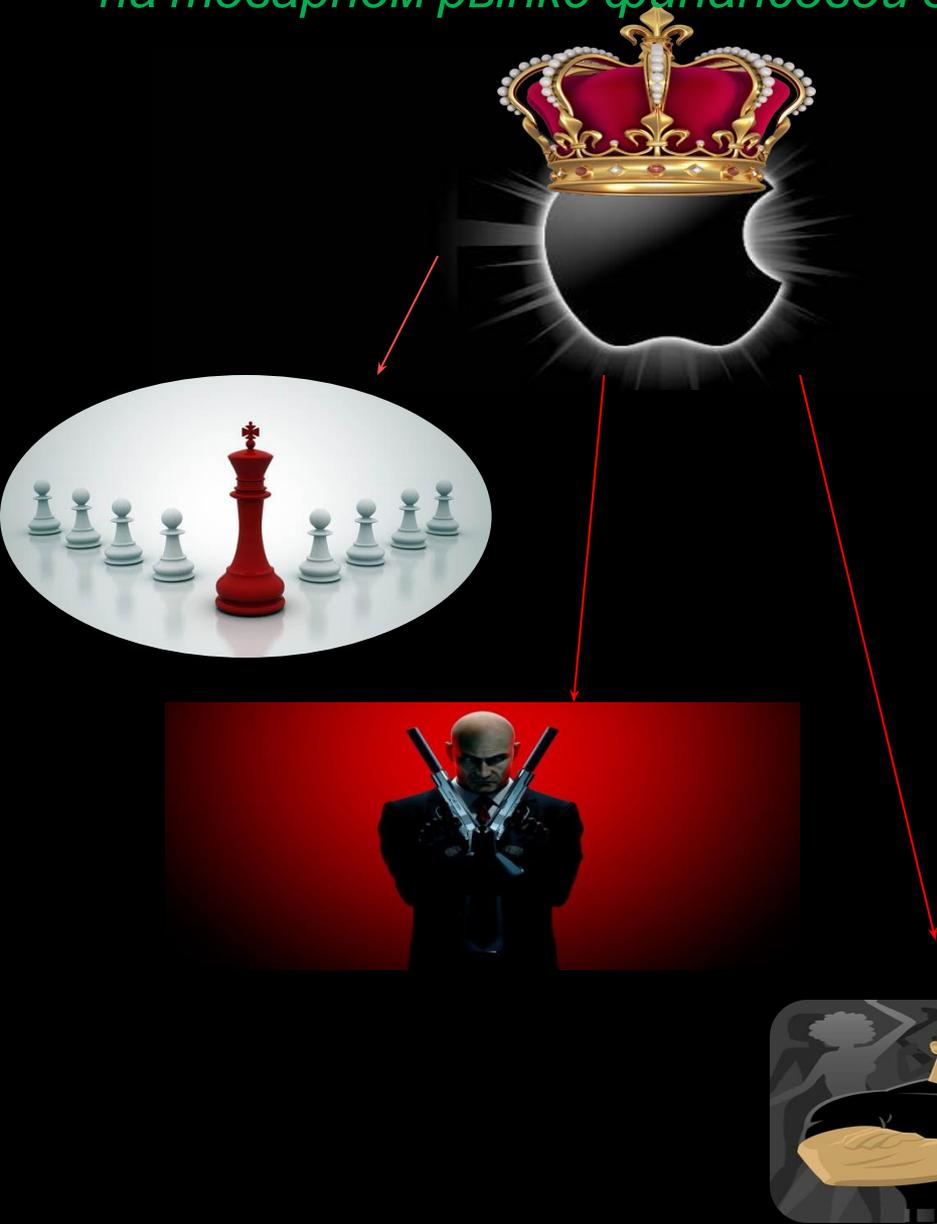
22. Особенность установления доминирующего положения хозяйствующих субъектов, доля которых на товарном рынке не превышает 35%.

Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает **35 %**. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта может явиться результатом как внешних, так и внутренних факторов, в том числе:

- 1) государственной политики, включая дифференцированную систему налогов, предоставления субсидий и других льгот;
- 2) слияний и присоединений хозяйствующих субъектов;
- 3) явных или тайных соглашений между хозяйствующими субъектами;
- 4) деятельности хозяйствующих субъектов по устранению конкурентов с рынка неконкурентными методами;
- 5) других факторов.



23. Особенности установления доминирующего положения на товарном рынке финансовой организации



- Доминирующим признается положение финансовой организации на товарном рынке, дающее такой финансовой организации возможность **оказывать решающее Влияние** на общие условия обращения финансовой услуги на соответствующем рынке, и (или) **устранять** с товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) **затруднять** им доступ на товарный рынок.

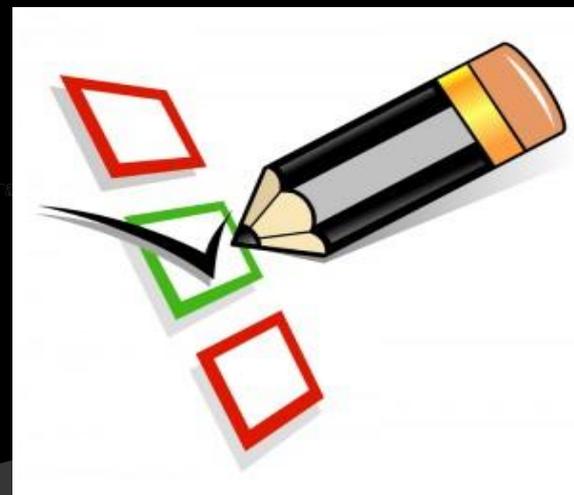
- ⊙ С учетом относительного размера долей на соответствующем товарном рынке, принадлежащих конкурентам, **доминирующим признается положение** финансовой организации, в отношении которой выполняются в **совокупности следующие условия:**
 - ✓ доля финансовой организации превышает **10** процентов на единственном в Российской Федерации товарном рынке
 - ✓ Установление доминирующего положения финансовой организации осуществляется путем определения ее доли в границах товарного рынка независимо от ее места нахождения, указанного в учредительных документах.



Доминирующее положение на товарном рынке нескольких финансовых организаций, входящих в группу лиц, действующих в границах товарного рынка, устанавливается в совокупности для группы лиц.

Установление доминирующего положения финансовой организации включает в себя следующие этапы:

- а) установление сферы обращения финансовой услуги путем определения границ соответствующего товарного рынка на основе **исследования** спроса и предложения финансовой услуги;
- б) определение **объема** финансовых услуг и долей финансовых организаций на соответствующем товарном рынке;
- в) установление доминирующим положения финансовой организации. **наличия условий признания**



Установление доминирующего положения финансовой организации осуществляется с учетом следующих сведений:

а) данные государственной статистической отчетности, финансово-экономической и иной отчетности финансовых организаций;

б) сведения об объеме предоставленных услуг;

в) сведения, характеризующие сферу обращения финансовой услуги;

г) сведения о возможности финансовой организации оказывать решающее

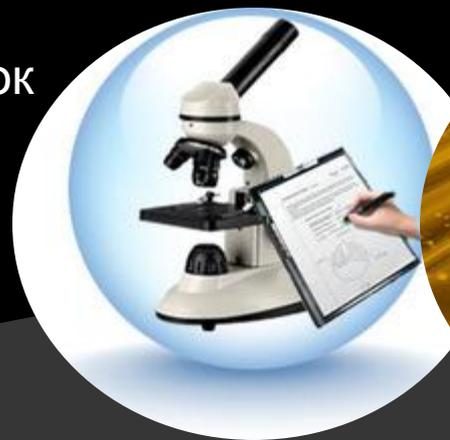
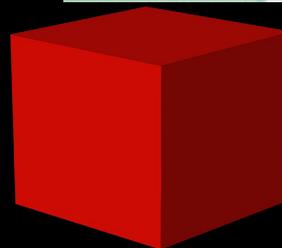
Влияние на общие условия предоставления услуги на соответствующем товарном рынке,

Устранять с указанного рынка и (или)

Затруднять доступ на указанный рынок других хозяйствующих субъектов;

д) заключения независимых экспертиз;

е) данные о состоянии и структуре товарного рынка;



25. Порядок и правовые последствия установления доминирующего положения на товарном рынке

Последствия:

- 1. Заносится в реестр хоз субъектов, занимающих долю боле 35% или признанных доминирующих. **КоАП:**
- **Статья 14.31.** Злоупотребление доминирующим положением на товарном рынке

ПОРЯДОК:

- Реестр является государственным информационным ресурсом
- Формирование и ведение реестра осуществляют **ФАС**
- Формирование и ведение реестра осуществляются **путем включения в него сведений о хозяйствующем субъекте**
- Исключение сведений о хозяйствующем субъекте из реестра и изменение содержащихся в реестре сведений осуществляются: **ФАС**
- Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке определяется антимонопольным органом по **результатам анализа** состояния конкуренции (Результаты анализа отражаются в аналитическом отчете.)



□ Хозяйствующий **субъект** вправе **направить** в антимонопольный орган **заявление** в произвольной форме о включении сведений о себе в реестр, исключении соответствующих сведений из реестра и внесении изменений в содержащиеся в реестре сведения о нем

□ Заявление хозяйствующего субъекта подлежит рассмотрению антимонопольным органом в срок, не превышающий **4 месяцев** со дня его регистрации в антимонопольном органе.

□ Решения о включении сведений о хозяйствующем субъекте в реестр, исключении соответствующих сведений из реестра, внесении изменений в содержащиеся в реестре сведения оформляются **приказом антимонопольного органа**.

□ Антимонопольный орган размещает сведения, содержащиеся в реестре, **на официальном сайте** Федеральной антимонопольной службы в сети Интернет. Обновление указанных сведений на официальном сайте осуществляется не позднее **10 дней** с даты принятия антимонопольным органом



4



10

TEMA 2

Список вопросов

- 26. Общая характеристика запрета злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.
- 27. Монопольно высокая и монопольно низкая цена как форма злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.
- 28. Отказ (уклонение) от заключения договора и навязывание невыгодных условий хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение.
- 29. Создание дискриминационных условий, как форма злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.
- 30. Характеристика иных форм злоупотребления доминирующим положением.
- 31. Критерии допустимости действий хозяйствующих субъектов, доминирующих на товарном рынке.
- 32. Особенности предупреждения и пресечения злоупотреблений доминирующим положением. Правила недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий и правила торговой практики.
- 33. Общая характеристика антиконкурентных соглашений: основания классификации и виды.
- 34. Картель как наиболее опасная форма антиконкурентного соглашения.
- 35. Вертикальные соглашения: особенности квалификации и критерии допустимости. Запреты в отношении вертикальных соглашений.
- 36. Иные соглашения, ограничивающие конкуренцию на товарном рынке.
- 37. Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию.
- 38. Критерии допустимости соглашений и согласованных действий.

- 39. Особенности контроля ограничивающих конкуренцию соглашений.
- 40. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции.
- 41. Формы недобросовестной конкуренции.
- 42. Распространение ложных, неточных или искаженных сведений как форма недобросовестной конкуренции.
- 43. Введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей как форма недобросовестной конкуренции.
- 44. Некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами как форма недобросовестной конкуренции.
- 45. Введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности как форма недобросовестной конкуренции.
- 46. Незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей охраняемую законом тайну как форма недобросовестной конкуренции.
- 47. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением исключительных прав.

26. Общая характеристика запрета злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.

- Запрет злоупотребления доминирующим положением (ст. 10 ФЗ "О защите конкуренции") закрепляет противоправность действий, которые влекут указанные в законодательстве общественно вредные последствия, например, ограничение конкуренции.
- **Запрещаются действия (бездействие)** занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе следующие действия (бездействие):
 - установление, поддержание **монопольно высокой (низкой) цены товара**;
 - **изъятие** товара из обращения, если результатом явилось повышение цены товара;





□ **навязывание** контрагенту условий договора, невыгодных для него или **не относящихся к предмету договора**;

□ экономически, технологически и иным образом **не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар**, если иное не установлено федеральным законом;

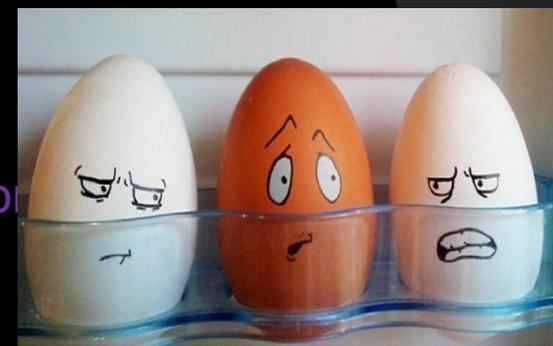
□ установление финансовой организацией **необоснованно высокой или необоснованно низкой** цены финансовой услуги;

□ создание **дискриминационных** условий;

□ **создание препятствий доступу** на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

□ **нарушение** установленного нормативными правовыми актами порядка **ценообразования**;

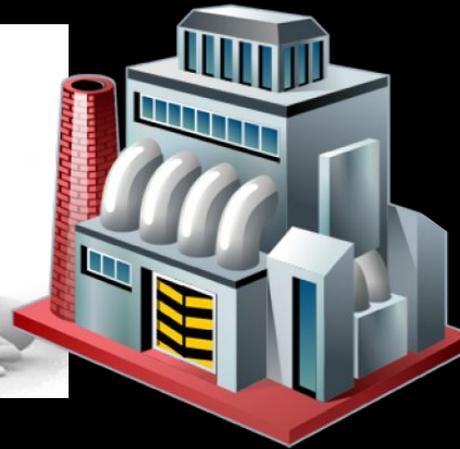
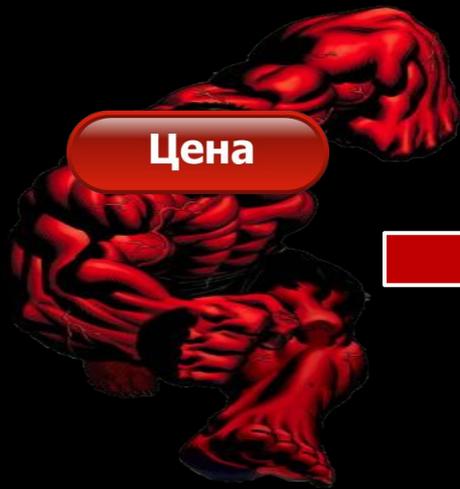
□ манипулирование ценами на оптовом и (или) розничных рынках электрической энергии (мощности).



27. Монопольно высокая и монопольная низкая цена как форма злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.

Монопольно высокая цена товара (ст 6 ФЗ 135)

Является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта **цена превышает сумму необходимых** для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и цену, которая сформировалась в условиях конкуренции на товарном рынке, сопоставимом по составу покупателей или продавцов товара, условиям обращения товара, условиям доступа на товарный рынок, государственному регулированию, включая налогообложение и таможенно-тарифное регулирование



Монопольно низкая цена (ст 6 ФЗ 135)

- Монопольно низкой ценой товара является цена, установленная занимающим доминирующее положение хозяйствующим субъектом, если эта цена ниже суммы необходимых для производства и реализации такого товара расходов и прибыли и ниже цены, которая сформировалась в условиях конкуренции на сопоставимом товарном рынке, при наличии такого рынка на территории Российской Федерации или за ее пределами

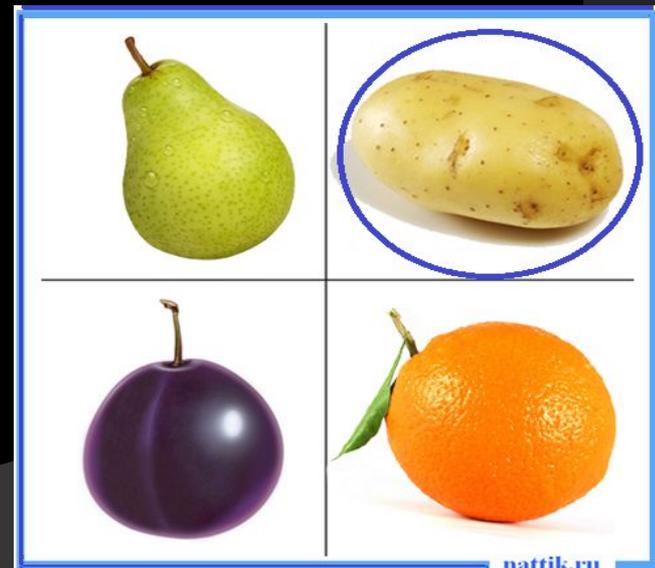


28.Отказ (уклонение) от заключения договора и навязывание невыгодных условий хозяйствующим субъектам, занимающим доминирующее положение.

2 вида навязывания

- - **навязывания условий, невыгодных для контрагента;**
- - навязывания условий, не относящихся к предмету договора (которые не отвечают критериям обоснованности).

При установлении такого рода нарушений **антимонопольный орган** должен использовать различные подходы к доказыванию допущенного нарушения.



- Помимо этого в качестве навязывания может быть рассмотрена ситуация, когда лицо (потребитель) **лишается права выбора**, приобрести ли ему дополнительную услугу либо отказаться от нее.
- В настоящее время **не выработаны унифицированные критерии**, позволяющие однозначно квалифицировать действия хозяйствующего субъекта в качестве навязывания невыгодных условий договора, - данный состав подразумевает анализ экономической природы взаимоотношений сторон договора.



29. Создание дискриминационных условий, как форма злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением.

- Дискриминационные условия определяются как условия доступа на товарный рынок, (условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара), при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.



Признаками дискриминации являются:

3

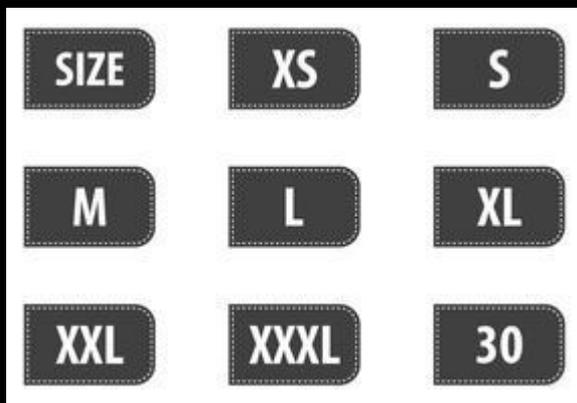
- наличие специального субъектного состава, т. е. как минимум трех участников правоотношения:
 - *первый субъект* – тот, кто дискриминирует;
 - *второй субъект* – тот, по сравнению с кем дискриминируют;
 - *третий субъект* – тот, кого дискриминируют;
- неравное положение второго и третьего субъектов, возникшее в результате действий первого.
- неравные условия выплаты вознаграждений, сроков оплаты за поставленные товары, штрафных санкций, получения скидок;



2

≠

3



- установление различного размера торговых надбавок (наценок) на продукцию различных поставщиков;
- предоставление конкретному поставщику дополнительных мест продаж, постоянной и фиксированной выкладки товара, согласование с поставщиком расположения и размера торговых мест;
- приобретение продукции только у конкретного поставщика, а также предоставление ему преимущественного права перед другими производителями и поставщиками на заключение нового соглашения при прочих равных условиях.

30. Характеристика иных форм злоупотребления доминирующим положением Виды злоупотреблений доминирующим положением в России

- В статье 10 ФЗ 135 изложены правовая природа и перечень форм **злоупотреблений доминирующим положением**.

- «**запрещаются** деяния (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результаты которых являются могут являться

Недопущение,

Ограничение,

Устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц»



По направлениям воздействия злоупотребления доминирующим положением можно объединить в две Основные группы нарушений: злоупотребления по отношению к **контрагентам** по договору — поставщикам и потребителям; злоупотребления по отношению **к субъектам, действующим на рынке**, — реальным и потенциальным конкурентам.



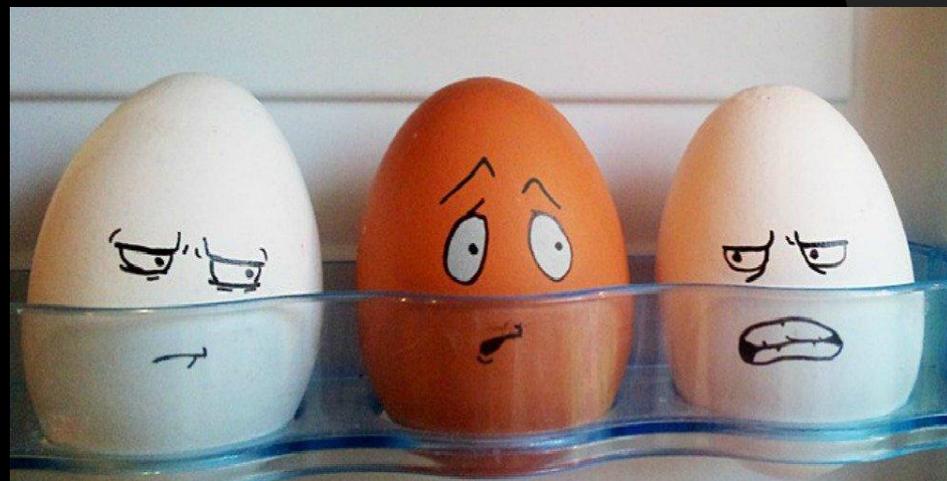
НОУ



- Под навязыванием контрагенту условий договора понимается отказ субъекта, занимающего доминирующее положение на соответствующем товарном рынке, заклЮчить договор без выполнения невыгодных для контрагента условий.



- Под дискриминирующими условиями включаемыми в договор, понимаются такие условия, которые ставят контрагента в неравное положение по сравнению с другими субъектами.



- Под **препятствием (барьерами)** для доступа на рынок понимаются **правовые**, **организационные**, **экономические**, **технологические** и финансовые факторы и обстоятельства, мешающие вступлению новых хозяйствующих субъектов на данный товарный рынок



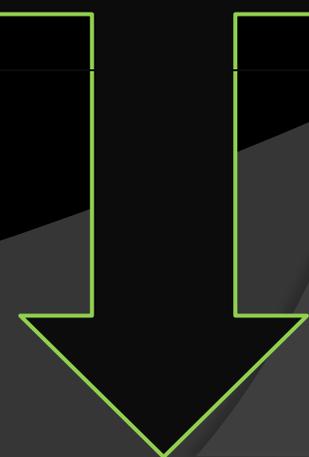
31. Критерии допустимости действий хозяйствующих субъектов, доминирующих на товарном рынке.

Действия хозяйствующих субъектов, предусмотренные ч. 1 ст. 10 ФЗ могут быть признаны допустимыми, если такими действиями (бездействием), иными действиями



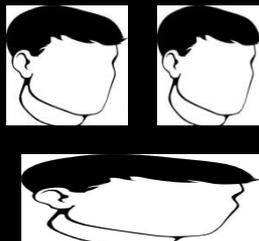
Ст. 13 ФЗ

устанавливает допустимость действий (бездействия), соглашений, согласованных действий, сделок, иных действий хозяйствующих субъектов.

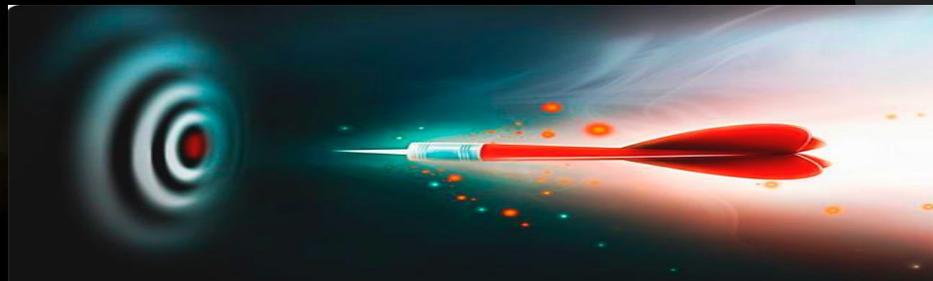


1) не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке,

НЕ



- 2) не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок, иных действий



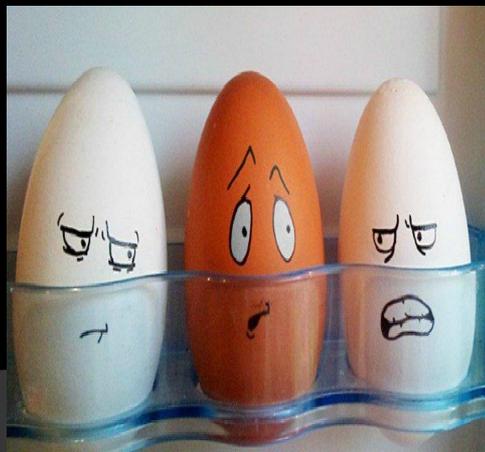
- 3) если их результатом является или может являться:
 - совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;
 - получение покупателями преимуществ (**выгод**), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.



АКЦИЯ 2+1

Таким образом, при соблюдении вышеперечисленных условий доступными могут быть следующие действия (содействия) хозяйствующим субъектам:

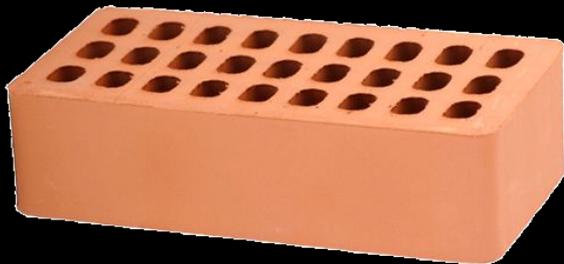
- экономически или технологически не обоснованные сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки при наличии возможности его рентабельного производства (п. 4 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции);
- создание дискриминационных условий (п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона о конкуренции);
- создание препятствий (Барьеров) доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам.



32. Особенности предупреждения и пресечения злоупотребления доминирующим положением. Правила не дискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий и правила торговой практики.

Запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением

- Запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением следует воспринимать через содержание [ст. 10 ФЗ ч. 1](#) которой запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться **Недопущение, Ограничение, Устранение** конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе указываемые в ней действия (бездействие).



Злоупотребление доминирующим положением является частным случаем более общего понятия злоупотребления правом.



33. Общая характеристика антиконкурентных сделок и оснований классификации и видов:

Ст. 8 ФЗ "О защите конкуренции" устанавливает, что согласованными действиями хозяйствующих субъектов являются действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке при отсутствии соглашения, удовлетворяющие совокупности следующих условий:



результат действий соответствует интересам каждого из указанных хозяйствующих субъектов;

действия заранее известны каждому из участвующих в них хозяйствующих субъектов в связи с публичным заявлением одного из них о совершении таких действий;



□ Совершение лицами действий по соглашению не относится к согласованным действиям, а является соглашением.

ВИДЫ СОГЛАСОВАННЫХ ДЕЙСТВИЙ:

- ❖ горизонтальные;
- ❖ вертикальные;
- ❖ **Конг**
- ❖ **ЛО**Мератные;
- ❖ смешанные.



- ◎ **Конгломератные согласованные действия** - когда субъекты хозяйствования, в состав которых входят участники согласованных действий, не конкурируют и в существующих условиях не могут конкурировать между собой на одном рынке.

- ◎ **Горизонтальные согласованные действия** - когда субъекты хозяйствования, в состав которых входят участники согласованных действий, конкурируют или могут конкурировать между собой на одном рынке товара.



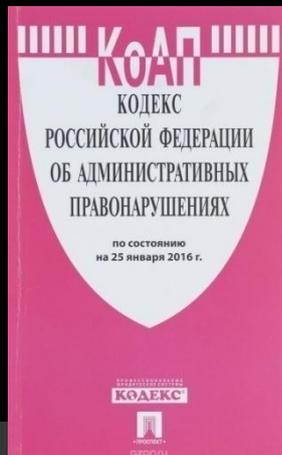
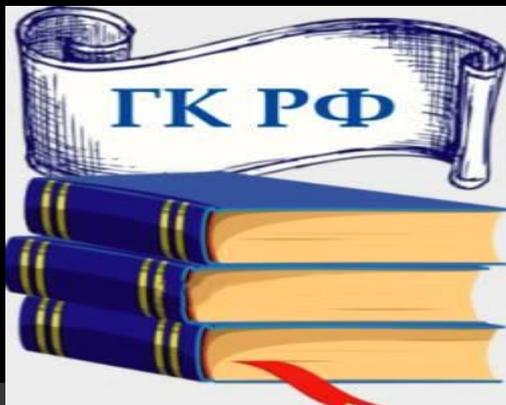
Виды соглашений

2) в зависимости от
возможности
конкуренции
между
хозяйствующими
субъектами:

- ◎ горизонтальные;
- ◎ вертикальные.

1) в зависимости от
отраслевой
принадлежности:

- ◎ гражданско-
правовые
- ◎ административные

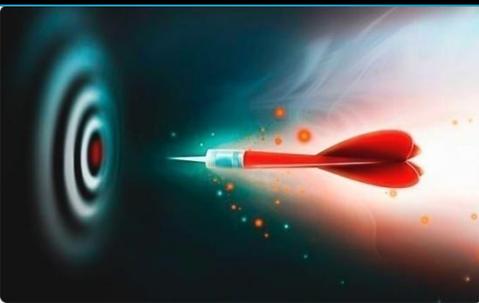


34. Картель как наиболее опасная форма антиконкурентного соглашения

- ◎ **Картель** - это горизонтальное договорное объединение **коммерческих организаций, как правило, одной отрасли,** которые, оставаясь юридически самостоятельными, отказываются от части своей хозяйственной самостоятельности в соответствии с картельным договором. **Цель - ограничение или ликвидация риска конкуренции.**



ЭТО



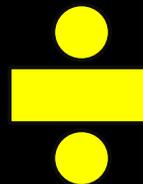
В зависимости от целей соглашений возможны различные виды картелей:

- ❖ **сбытовые картели (синдикаты)**, члены которых обязуются продавать свою продукцию через совместную сбытовую компанию (синдикат);
- ❖ картели по **специализации** производства, предмет которых является рационализация производственных процессов путем унификации и ограничения производственных или выпускаемой продукции и др.



Признаются картелем и запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, то есть между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, если такие соглашения приводят или могут привести к:

1. **установлению** или поддержанию **цен** (тарифов), **скидок**, надбавок (доплат) и (или) наценок;
2. **повышению**, **снижению** или поддержанию **цен** на торгах;
3. **разделу товарного рынка** по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);
4. **сокращению** или прекращению производства товаров;
5. **отказу от заключения договоров** с определенными продавцами или покупателями (заказчиками).



35.Вертикальные соглашения: особенности квалификации и критерии допустимости. Запреты в отношении вертикальных соглашений.

"Вертикальное" соглашение

- соглашение между хозяйствующими субъектами, один из которых приобретает товар, а другой предоставляет (продает) товар.
- Не является "вертикальным" соглашением агентский договор .



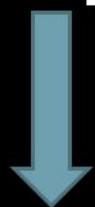
Особенности Квалификации :

- соглашение между производителем и дистрибьютором следует относить к вертикальным и в том случае, если стороны реализуют товары на одних и тех же товарных рынках, и дистрибьютор при этом не производит взаимозаменяемые товары;



Запрещенные действия

- ⦿ Запрещенные формы установления цены перепродажи товара:



**фиксиро
ванные
цены**



**Миним
альные
цены**



ФИКСИРОВАННАЯ ЦЕНА

Минимальная цена

- Это
регулируемая цена,
устанавливаемая
субъектом
ценообразования в
твёрдо выраженной
денежной величине
- Наиболее низкая цена, которую допускает программа стабилизации товарных цен
- (Нижний уровень цены, установившийся на данный товар на рынке.)



36. Иные соглашения, ограничивающие конкуренцию на товарном рынке



В силу ст. 12 Закона

допускаются «вертикальные» соглашения (за исключением «вертикальных» соглашений между финансовыми организациями) в случаях, если:

- · эти соглашения являются договорами коммерческой концессии;
- · доля каждого из хозяйствующих субъектов на любом товарном рынке не превышает **20%**.

Все иные «вертикальные» соглашения могут быть признаны допустимыми в соответствии с требованиями ст. 13 Закона о защите конкуренции.

Статья 13. Допустимость действий (бездействия), соглашений, согласованных действий, сделок, иных действий

1. Действия (бездействие) хозяйствующих субъектов, предусмотренные частью 1 статьи 10 настоящего Федерального закона (за исключением действий (бездействия), указанных в пунктах 1 (за исключением случаев установления или поддержания цены товара, являющегося результатом инновационной деятельности), 2, 3, 5, 6, 7 и 10 части 1 статьи 10 настоящего Федерального закона), соглашения и согласованные действия, предусмотренные частями 2 - 4 статьи 11, статьей 11.1 настоящего Федерального закона, сделки, иные действия, предусмотренные статьями 27 - 29 настоящего Федерального закона, а также соглашения о совместной деятельности, заключенные между хозяйствующими субъектами-конкурентами, могут быть признаны допустимыми, если такими действиями (бездействием), соглашениями и согласованными действиями, сделками, иными действиями не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок, иных действий, а также если их результатом является или может являться:

(в ред. Федеральных законов от 17.07.2009 N 164-ФЗ, от 06.12.2011 N 401-ФЗ, от 28.12.2013 N 423-ФЗ, от 05.10.2015 N 275-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

1) совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;

2) получение покупателями преимуществ (выгод), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.

1.1. Утратил силу. - Федеральный закон от 05.10.2015 N 275-ФЗ.

(см. текст в предыдущей редакции)

2. Правительство Российской Федерации вправе определять случаи допустимости соглашений, соответствующих условиям, указанным в пунктах 1 и 2 части 1 настоящей статьи (общие исключения). Общие исключения в отношении соглашений и согласованных действий, указанных в частях 2 - 4 статьи 11 настоящего Федерального закона, определяются Правительством Российской Федерации по предложению федерального антимонопольного органа, вводятся на конкретный срок и предусматривают:

(в ред. Федеральных законов от 06.12.2011 N 401-ФЗ, от 05.10.2015 N 275-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

1) вид соглашения;

(в ред. Федерального закона от 06.12.2011 N 401-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

2) условия, которые не могут рассматриваться как допустимые в отношении таких соглашений;

(в ред. Федерального закона от 06.12.2011 N 401-ФЗ)

(см. текст в предыдущей редакции)

3) обязательные условия для обеспечения конкуренции, которые должны содержаться в таких соглашениях;

4) утратил силу. - Федеральный закон от 06.12.2011 N 401-ФЗ.

(см. текст в предыдущей редакции)

3. Общими исключениями могут предусматриваться наряду с указанными в части 2 настоящей статьи условиями иные условия, которым должны соответствовать соглашения.

(в ред. Федерального закона от 06.12.2011 N 401-ФЗ)

37.Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию. Согласованные действия хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию

- Норма ч. 3 ст. 11.1 135-ФЗ предусматривает и другие формы **согласованных действий хозяйствующих субъектов**, главным признаком которых является **ограничение конкуренции**. Примеры подобных действий приведены в законе:

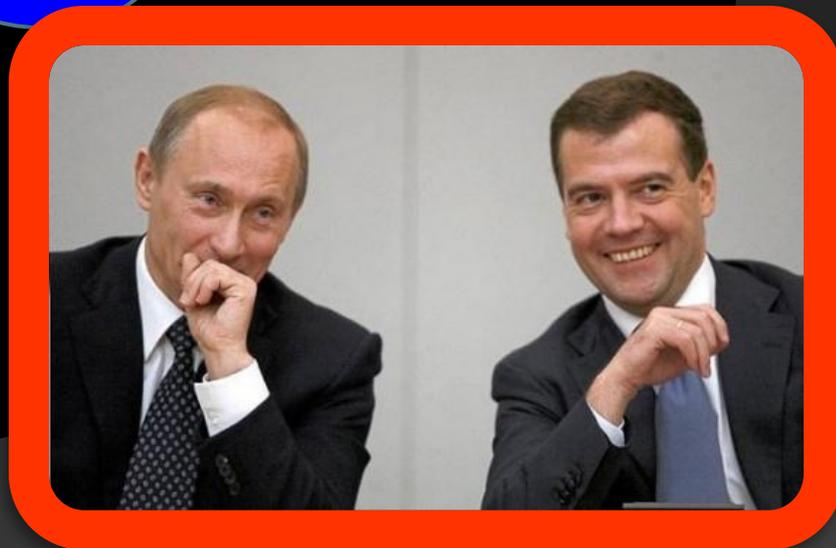


- навязывание невыгодных условий контрагенту;**
- необоснованное установление различных цен на один и тот же товар;**
- создание препятствий по входу или выходу с товарного рынка другим субъектам.**



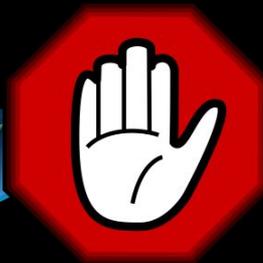
ПОНЯТИЕ СОГЛАСОВАННЫХ ДЕЙСТВИЙ

- ◎ **согласованными действиями хозяйствующих субъектов являются действия**, результат которых соответствует интересам каждого из указанных хозяйствующих субъектов **только при условии, что их действия заранее известны каждому из них**



Статья 11 закона устанавливает запрет на действия и соглашения, ограничивающие конкуренцию, которые могут привести к установлению или поддержанию цен, цен на торгах, разделу товарного рынка по территориальному, качественному или количественному признакам, необоснованному отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями

Кроме того, довольно сложно установить наличие согласованных действий, противоречащих антимонопольному законодательству тех компаний, которые действуют на том или ином рынке.



НА



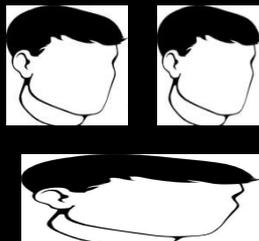
38.Критерии допустимости соглашений и согласованных действий

Статья ФЗ

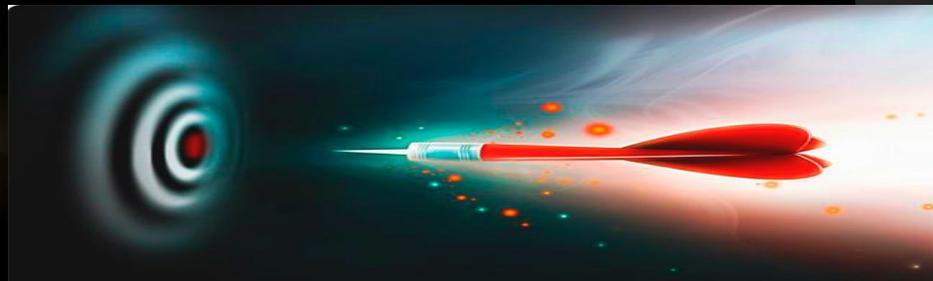


1) не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на соответствующем товарном рынке,

НЕ



- 2) не налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок, иных действий



- 3) если их результатом является или может являться:

- совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российского производства на мировом товарном рынке;
- получение покупателями преимуществ (**выгод**), соразмерных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующими субъектами в результате действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок.



АКЦИЯ 2+1

39. Особенности контроля ограничивающих конкуренцию соглашений

- **Хозяйствующие субъекты**, имеющие намерение достичь соглашения, которое может быть признано допустимым, **вправе обратиться в антимонопольный орган с заявлением о проверке** соответствия проекта соглашения в письменной форме требованиям антимонопольного законодательства.



ОБРАЩАЮСЬ!

**Срок
рассмотрен
ия 30 ДНЕЙ**

**30
ДНЕЙ
НОЧИ**

КАКОВА ЦЕНА УВИДЕТЬ РАССВЕТ

В случае необходимости срок рассмотрения заявления может быть продлен антимонопольным органом, но не более чем на двадцать дней.

Основаниями для принятия решения о несоответствии проекта соглашения в письменной форме требованиям антимонопольного законодательства являются:



- 1) наличие условий;**
- 2) недостоверность сведений, содержащихся в документах, а также иных сведений, представленных хозяйствующим субъектом и имеющих значение для принятия решения;**
- 3) непредставление документов и сведений.**



40. Понятие и признаки недобросовестной конкуренции

- **Недобросовестная конкуренция** - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые:
- направлены **на получение преимуществ** при осуществлении предпринимательской деятельности,
- **противоречат законодательству Российской Федерации**, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и
- причинили или могут **причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам** либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации (ст. 4 ФЗ "О защите конкуренции").



- ◎ **Недобросовестная конкуренция** — это такое **правонарушение**, которое совершается **хозяйствующим субъектом** и посягает на **отношения в сфере реализации свободы экономической деятельности** и осуществления добросовестной конкуренции.



Она представляет собой одну из форм злоупотребления правом

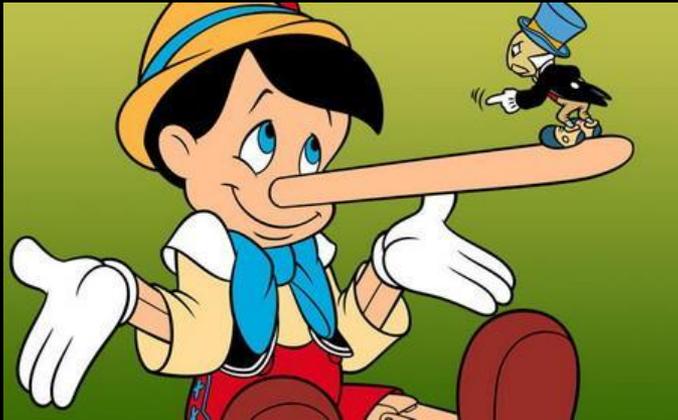


Признаки недобросовестной конкуренции:

- в отличие от монополистической деятельности может осуществляться **только действиями**, возможность пассивного поведения (бездействия) не предусмотрена;
- данные действия будут **рассматриваться** как **правонарушения**, если они противоречат не только положениям действующего законодательства, но и обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости;
- **целью** активных действий субъектов недобросовестной конкуренции является **приобретение преимуществ** в предпринимательской деятельности;
- в результате действий конкурентам могут быть **причинены убытки** или нанесен вред их деловой репутации

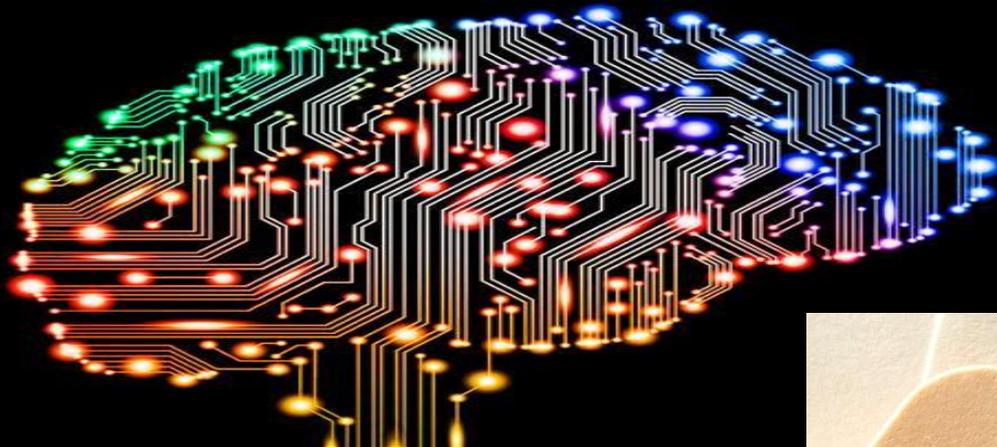


41. Формы недобросовестной конкуренции



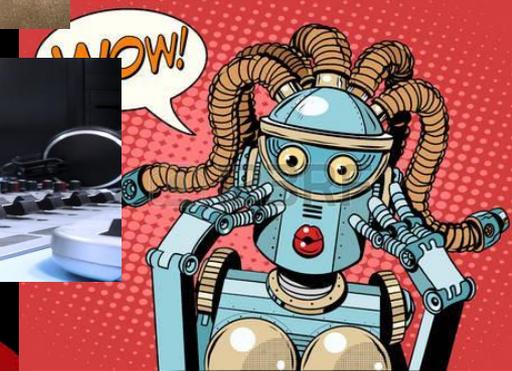
- распространение **ложных**, неточных или искаженных **сведений** в целях причинения убытков либо нанесения ущерба деловой репутации;
- **введение в заблуждение** в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей;
- некорректное сравнение товаров;

- продажа, обмен или иное введение в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, продукции, работ, услуг;
- **незаконное получение, использование, разглашение информации**, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну (промышленный шпионаж).



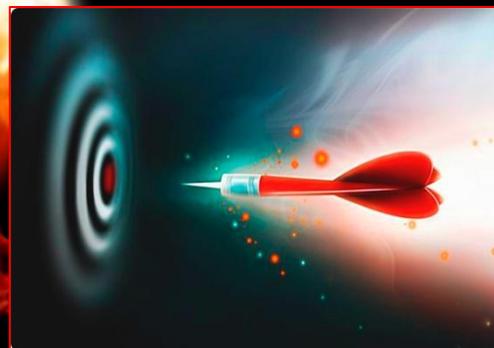
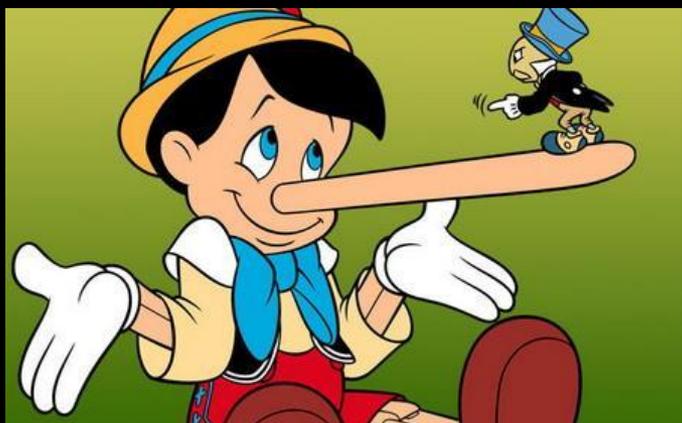
(интеллектуальной собственностью),
являются:

1. произведения науки, литературы и искусства;
2. программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
3. базы данных;
4. исполнения;
5. фонограммы;
6. сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
7. изобретения;
8. полезные модели;
9. промышленные образцы;
10. селекционные достижения;
11. топологии интегральных микросхем;
12. секреты производства (ноу-хау);
13. фирменные наименования;
14. товарные знаки и знаки обслуживания;
15. наименования мест происхождения товаров;
16. коммерческие обозначения.



42. Распространение ложных, неточных или искаженных сведений как форма недобросовестной конкуренции

Данная форма недобросовестной конкуренции выражается в дискредитации конкурента. Обычно дискредитация имеет своей целью подрыв доверия клиента(ов)



Может быть признано актом недобросовестной конкуренции, лишь такое, которое непосредственно способно оказать влияние на конкуренцию

- Результатом таких действий является уход потребителей от «опороченного» конкурента к другим хозяйствующим субъектам



MARVEL



действий хозяйствующего субъекта как распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, предполагает установление следующих обстоятельств:

- ❑ - **неточность**, **ложность**, или искаженность распространенных сведений;
- ❑ - возможность получения ответчиком, **преимущества** перед конкурентами;
- ❑ - способность указанных действий **причинить убытки** хозяйствующему субъекту- конкуренту, либо нанести ущерб его деловой репутации.



43. Введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей как форма недобросовестной конкуренции.



- Введение в заблуждение представляет собой **действие** хозяйствующего субъекта (группы лиц), направленное на формирование у участников рынка товаров, работ и услуг представлений, **не соответствующих действительности**.



Существенное значение будет иметь заблуждение относительно:

- - характера, **способа и места** производства товара;
- - потребительских свойств, **качества и количества** товара;
- - производителей товара.



44. Некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами как форма недобросовестной конкуренции

- **Некорректное сравнение хозяйствующим субъектом** производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами



Я ЛУЧШЕ! №1

Представляет собой действие хозяйствующего субъекта (группы лиц), направленное на косвенную **дискредитацию** хозяйствующего субъекта - конкурента.



Действующее законодательство о защите конкуренции не раскрывает понятие "некорректное сравнение"

45. Введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности как форма недобросовестной конкуренции.

- Действия, связанные с продажей, обменом или иным введением в оборот товара с использованием средств индивидуализации, могут быть квалифицированы в качестве недобросовестной конкуренции

- Решение вопроса о законности использования средства индивидуализации напрямую связано с необходимостью установить, пользуется ли оно правовой охраной.



Фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения - это средства индивидуализации, которым предоставляется правовая охрана

Coca-Cola



- В соответствии со ст. [1474](#) ГК РФ не допускается использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица