

УДК 346.1

НЕКОРРЕКТНОЕ СРАВНЕНИЕ КАК ФОРМА НЕДОБРОСОВЕТСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Лобурева Алевтина Валерьевна,

Магистрант 1 курса

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

400062, Волгоградская область, г.

Волгоград, просп. Университетский, д.100

e-mail: yuzm-242_655192@volsu.ru

Аннотация

В статье рассматривается некорректное сравнение как одна из форм недобросовестной конкуренции. Анализируются признаки некорректного сравнения. Особое внимание уделяется правовым аспектам противодействия некорректному сравнению в рамках законодательства о защите конкуренции, предлагаются рекомендации по пресечению данной формы недобросовестной конкуренции.

Ключевые слова: недобросовестная конкуренция, некорректное сравнение, антимонопольное законодательство, конкуренция, конкурентное преимущество, потребитель, сравнение, реклама.

INCORRECT COMPARISON AS A FORM OF UNFAIR COMPETITION

Lobureva Alevtina Valeryevna,

First-year master's student

Federal State Autonomous Education Institution of Higher Education

«Volgograd State University»

100 Prospect Universitetsky, Volgograd, 400062, Russia

e-mail: yuzm-242_655192@volsu.ru

ABSTRACT

The article considers incorrect comparison as one of the forms of unfair competition. The signs of incorrect comparison are analyzed. Special attention is paid to the legal aspects of countering incorrect comparisons within the framework of competition protection legislation, and recommendations are proposed to curb this form of unfair competition.

Keywords: unfair competition, incorrect comparison, antimonopoly legislation, competition, competitive advantage, consumer, comparison, advertising.

В условиях рыночной экономики конкуренция является двигателем прогресса и развития. Однако, не всегда конкуренция осуществляется честно и добросовестно. Одним из распространенных проявлений недобросовестной конкуренции является некорректное сравнение товаров, работ, услуг, производимых или реализуемых конкурентами.

Некорректное сравнение – выражается в распространении информации, содержащей сопоставление собственных товаров, работ, услуг с товарами, работами, услугами конкурентов, которое вводит потребителей в заблуждение относительно характеристик, качества, потребительских свойств, цены или других существенных параметров сравниваемых объектов, либо порочит деловую репутацию конкурента. Другими словами, некорректное сравнение – это демонстрация достоинства и преимущества своего товара и (или) услуг по отношению к аналогичным товарам и (или) услугам конкурентов [4].

Актуальность темы обусловлена тем, что некорректное сравнение оказывает негативное влияние на конкуренцию, дезинформирует потребителей, наносит ущерб деловой репутации конкурентов и препятствует развитию добросовестного бизнеса.

Некорректное сравнение как форма недобросовестной конкуренции имеет ряд характерных признаков, таких как: наличие конкурентных отношений, то есть сравниваемые товары, работы, услуги должны быть конкурентами на рынке.

Сопоставление объектов, то есть информация об объектах сравнения должна содержать прямое или косвенное сопоставление собственных товаров, работ, услуг с товарами, работами, услугами конкурентов.

Некорректность информации, когда информация содержит неточные, искаженные или заведомо ложные сведения о сравниваемых объектах.

Введение в заблуждение потребителей. Информация способна ввести потребителей в заблуждение относительно характеристик, качества, потребительских свойств, цены или других существенных параметров сравниваемых объектов.

Причинение ущерба конкурентам – распространение информации должно быть способно нанести ущерб деловой репутации или имущественным интересам конкурентов.

В Российской Федерации противодействие некорректному сравнению как форме недобросовестной конкуренции осуществляется в рамках Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 14.10.2024) «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

В частности статья 14.3 Закона о защите конкуренции запрещает недобросовестную конкуренцию, путем некорректного сравнения [1].

За нарушение антимонопольного законодательства, в том числе за недобросовестную конкуренцию, предусмотрена административная ответственность в виде штрафа, размер которого определяется в зависимости от тяжести нарушения [2].

Рассмотрим основные виды некорректного сравнения:

1. Ложное сравнение. Этот вид сравнения основан на заведомо ложных утверждениях о сравниваемых объектах. Например, заявление о том, что продукт конкурента содержит вредные вещества, без предоставления доказательств от независимых лабораторий или ссылок на авторитетные источники. В таком случае, чаще всего утверждения прямо не указывают на конкретное негативное вещество в продукте, оперируя расплывчатыми формулировками, такими как «вредные добавки» или «токсичные компоненты».

2. Неполное сравнение – это умышленное умолчание о существенных характеристиках, по которым продукт конкурентной организации может превосходить. Например, реклама нового смартфона может хвалить его высокую скорость процессора, игнорируя плохое качество экрана или цветопередачи, перегрева при долгом использовании или отключения его при пониженной температуре на улице.

3. Преувеличенное сравнение – использование формулировок «лучший в мире» без доказательств. Заявления – «лучший», «номер один», «самый инновационный» без объективного подтверждения являются преувеличением. Простое утверждение без доказательств не только является некорректным сравнением, но и может быть воспринято потребителем как нечестное и (или) манипулятивное.

4. Порочащее сравнения - этот тип сравнения направлен на прямую дискредитацию конкурента. Утверждения о некачественном сырье, нарушении стандартов качества или некомпетентности персонала без доказательств являются порочащими.

Некорректное сравнение является формой недобросовестной конкуренции, оказывающей негативное влияние на рынок и потребителей. Эффективное противодействие некорректному сравнению требует комплексного подхода, включающего выявление фактов нарушения, сбор доказательств, обращение в антимонопольный орган и участие в рассмотрении дела[3].

Для предотвращения указанной формы недобросовестной конкуренции необходимо развивать правовую культуру и повышать ответственность хозяйствующих субъектов за не соблюдение антимонопольного законодательства, повышать уровень информированности потребителей о способах выявления и защиты от недобросовестной рекламы, совершенствовать механизмы государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».
2. Конкурентное право [Текст] : учебное пособие / А. В. Копьев, Н. А. Агешкина. - Москва : Дашков и К, 2012. - 173, [4] с. - Библиогр.: с. 169-176.
3. Петров Д.А. Конкурентное право: теория и практика применения : учебник для магистров / Д. А. Петров ; под общ. ред. В. Ф. Попондопуло. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 318 с.
4. Скляр Р.В. Недобросовестная конкуренция: понятие и общая характеристика // Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2014. - № 2. - С. 11-23.

References:

1. Federal Law of 26.07.2006 No. 135-FZ «On Protection of Competition» [Electronic resource] // JPS «ConsultantPlus».
2. Competition law [Text] : textbook / A. V. Kopiev, N. A. Ageshkina. - Moscow : Dashkov & K, 2012. - 173, [4] c. - Bibliography: pp. 169-176.
3. Petrov D.A. Competitive law: theory and practice of application : textbook for masters / D.A. Petrov ; edited by V. F. Popondopulo. F. Popondopulo. - Moscow : Yurait Publishing House, 2015. - 318 c.
4. Sklyar R.V. Unfair competition: concept and general characterization // Property relations in the Russian Federation. - 2014. - № 2. - С. 11-23.