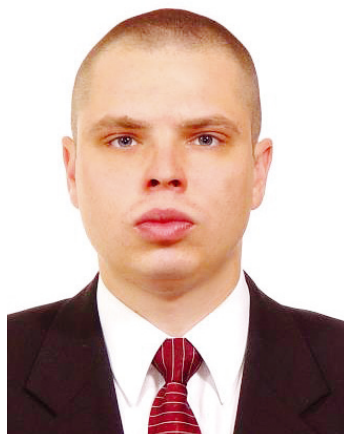


УДК 343



ОБЕСПЕЧЕНИЕ СВОБОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ЕЕ ЗАЩИТА: УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ И ИНЫЕ СРЕДСТВА. ЧАСТЬ ВТОРАЯ (НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, РЕКЛАМА И ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ)¹

© 2024 г. А. В. Овчаров

Институт государства и права Российской академии наук, г. Москва

E-mail: a.v.ovcharov@rambler.ru

Поступила в редакцию 23.07.2024 г.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с обеспечением и защитой свободной конкуренции в таких наиболее важных сферах, как недобросовестная конкуренция, рекламная деятельность и тарифное регулирование. Автором дается общая картина состояния защиты и обеспечения свободной конкуренции в этих областях, определяются направления деятельности в этой сфере и описывается структура посягательств на конкуренцию. В статье используются данные официальной статистики и практика Федеральной антимонопольной службы по осуществлению проверок, приводятся примеры из практики.

Ключевые слова: свободная конкуренция, защита конкуренции, развитие конкуренции, дискредитация, введение в заблуждение, некорректное сравнение, законодательство о рекламе, антимонопольное законодательство, тарифное регулирование.

Цитирование: Овчаров А. В. Обеспечение свободной конкуренции и ее защита: уголовно-правовые и иные средства. Часть вторая (Недобросовестная конкуренция, реклама и тарифное регулирование) // Государство и право. 2024. № 8. С. 172–178.

DOI: 10.31857/S1026945224080179

¹ Часть первую (Торги и картели) см.: Государство и право. 2024. № 3. С. 129–136.

ENSURING FREE COMPETITION AND ITS PROTECTION: CRIMINAL LAW AND OTHER MEANS. PART TWO (UNFAIR COMPETITION, ADVERTISING AND TARIFF REGULATION)²

© 2024 A. V. Ovcharov

Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences, Moscow

E-mail: a.v.ovcharov@rambler.ru

Received 23.07.2024

Abstract. The article deals with issues related to ensuring and protecting free competition in the most important areas such as unfair competition, advertising and tariff regulation. The author gives a general picture of the state of protection and ensuring free competition in these areas, defines the areas of activity in this area and describes the structure of encroachments on competition. The article uses of official statistics and the practice of the Federal Antimonopoly Service on the implementation of inspections, provides examples from practice.

Key words: free competition, protection of competition, development of competition, discrediting, misleading, incorrect comparison, advertising legislation, antimonopoly legislation, tariff regulation.

For citation: Ovcharov, A. V. (2024). Ensuring free competition and its protection: criminal law and other means. Part two (Unfair competition, advertising and tariff regulation) // Gosudarstvo i pravo=State and Law, No. 8, pp. 172–178.

Проблемы, связанные со свободной конкуренцией, активно обсуждаются и дискутируются. Различаются точки зрения и на пределы свободы экономической конкуренции, и на роль, которую играет государство в регулировании конкурентных отношений, и на многие другие составляющие конкуренции³. Общим для подавляющего большинства позиций является утверждение о ценности конкуренции как основания, во многом определяющего общественное и социальное развитие⁴. Это развитие прежде всего проявляется в блоках экономической сферы. Рассмотрим состояние и тенденции защиты конкуренции в некоторых из них.

Прежде всего следует сказать о противодействии недобросовестной конкуренции. Данное направление является центральным блоком обеспечения конкурентной политики⁵. В 2022 г. в ФАС

России поступило 3057⁶ заявлений о фактах совершения рассматриваемого правонарушения. В сравнении с 2021 г. (3414 заявлений) прослеживается снижение числа заявлений на 10.5%.

По данным фактам было возбуждено 253 дела о нарушении антимонопольного законодательства, что на 18 дел меньше, чем в 2021 г.

Следует отметить, что продолжает сохраняться практика устранения до возбуждения дела фактов нарушений свободной конкуренции, включая исполнение выданных предупреждений, что является, безусловно, весьма положительной тенденцией. В частности, в 2022 г. было выполнено 376 предупреждений, выданных по допущенным фактам недобросовестной конкуренции, из 492, а дела были возбуждены только по 69 случаям.

Рассмотрим, как выглядит структура самих нарушений свободной конкуренции за 2022 г. в сравнении с 2021 г. по основным разновидностям этих нарушений, предусмотренным Федеральным

с ней // Учетно-аналитическое и правовое обеспечение экономической безопасности коммерческой организации: материалы I Междунар. студ. науч.-практ. конф., Воронеж, 14 апреля 2018 г. / под ред. Д.А. Ендовицкого, Л.С. Коробейниковой. Воронеж, 2018. С. 42–46.

⁶ Здесь и далее все статистические данные предоставлены ФАС России (см.: Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2022 год. М., 2023).

² Part one (Trades and cartels) see: State and Law. 2024. No. 3, pp. 129–136.

³ См.: Досова З.К. Концептуальные основы уголовно-правовой охраны конкуренции // Пробелы в рос. законодательстве. 2021. Т. 14. № 6. С. 231.

⁴ См.: Timur Ergen and Sebastian Kohl Rival. 2020. Pp. 1–29.

⁵ См. подр.: Сергеева Е.С. Противодействие недобросовестной конкуренции в России // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты: сб. науч. тр. 5-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 4 апреля 2020 г. Курск, 2020. С. 270–273; Дедова Т.В., Скурятин Р.В. Недобросовестная конкуренция и методы противодействия

Таблица 1

Структура форм недобросовестной конкуренции в 2021–2022 гг.

Категория нарушения по ст. 135-ФЗ	2021/2022			
	заявления	предупреждения	дела	Решения о признании нарушения
Дискредитация (ст. 14 ¹)	314/246	49/43	0/0	8/8
Введение в заблуждение (ст. 14 ²)	888/666	194/174	5/3	20/19
Некорректное сравнение (ст. 14 ³)	140/163	102/146	0/*	10/7
Приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации (ст. 14 ⁴)	204/220	*/*	9/8	19/29
Незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности (ст. 14 ⁵)	140/183	*/*	16/23	10/12
Смешение (ст. 14 ⁶)	664/566	*/*	28/13	77/86
Незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную тайну (ст. 14 ⁷)	19/34	0/1	*/0	0/0
Прочие нарушения (ст. 14 ⁸)	1045/996	149/113	45/9	34/24

законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»⁷ (табл. 1).

Общая картина нарушений за последние два года практически не изменилась (177 нарушений в 2022 г. и 181 нарушение в 2021 г.).

Приведенная статистика свидетельствует, что лидирующее положение среди всех нарушений и количества заявлений занимает введение в заблуждение, хотя наблюдается незначительное снижение числа выданных предупреждений. Следующие по количеству смешение и дискредитация.

Среди «прочих нарушений» (ст. 14⁸ Федерального закона о защите конкуренции) количество поступивших заявлений стабильно высоко — почти треть от всех поступивших заявлений. Это свидетельствует о многообразии форм недобросовестной конкуренции на рынке, но при этом число как выявленных признаков нарушений, так и доля подтвердившихся фактов нарушений и неисполненных предупреждений продолжает снижаться.

Негативным фактором является незначительное снижение количества случаев недобросовестной конкуренции, связанных с использованием результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Число же заявлений и решений по фактам смешения остается стабильным даже при сокращении общего количества заявлений подобного рода.

⁷ См.: СЗ РФ. 2006. № 31 (ч. I), ст. 3434.

Число фактов нарушения ст. 14.33 КоАП РФ, предусматривающую административную ответственность за различные проявления недобросовестной конкуренции, в 2022 г. предопределили выдачу 231 постановления о наложении штрафов на общую сумму 67 183 520 руб.

Приведем пример. ФАС России было возбуждено и рассмотрено дело № 08/01/14.8-24/2020⁸ в отношении ООО «Мирролла Лаб» — производителя гигиенического средства «Аквасол» в упаковке, оформленной сходно с упаковкой медицинского изделия для ухода за носом «Аквалор» производства АО «Нижфарм».

При этом рынок медицинских изделий и рынок гигиенических средств различны, в связи с чем производители и продавцы, реализующие медицинские изделия и гигиенические средства, не являются конкурентами.

Установив сходство отдельных элементов и приемов оформления упаковок косметического средства «Аквасол» и медицинского изделия «Аквалор», Комиссия ФАС России пришла к выводу, что, используя сходное оформление упаковки, ответчик пытается создать впечатление о принадлежности гигиенического средства к медицинским изделиям.

Использование сходного с медицинским изделием оформления упаковки увеличивает спрос

⁸ См.: URL: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/d7ce5740-8aa9-4949-9347-b654f362b0e8/> (дата обращения: 01.11.2023).

на гигиеническое средство, создавая впечатление о его принадлежности к медицинским изделиям. Такое положение вещей способствовало получению ответчиком необоснованных конкурентных преимуществ на товарном рынке косметических средств в сравнении с иными участниками.

Угроза конкуренции в результате действий производителей различной продукции по использованию торговых наименований либо имитации оформления упаковки лекарственных средств и медицинских изделий, например, при введении в гражданский оборот биологически активных добавок к пище (далее — БАД) или парфюмерно-косметических, гигиенических средств (ПКП) является весьма существенной для российской экономики, а подобные недобросовестные практики — очень распространенными.

Прямого запрета на подобные действия законодательство не содержит, однако отношения, связанные с обращением данных категорий товаров, подчинены разным правовым режимам. Жесткие требования к свойствам, качеству, безопасности лекарственных средств и медицинских изделий, установленные законодательством, обусловили высокий уровень доверия потребителя и готовности приобретать такие товары в расчете на лечебный эффект, соответствующий инструкции и предписанию медицинских работников.

Правовое регулирование обращения парфюмерно-косметической, гигиенической и подобной продукции не подчинено жестким требованиям, их производство дешевле и проще, в отношении них не применяется государственное регулирование цен.

Анализ практики ФАС России свидетельствует, что ситуация, когда лекарственный препарат и одноименные либо имеющие сходные наименования или упаковку БАД и ПКП продаются в торговых организациях безрецептурно, потребителя легко вводит в заблуждение.

Приведенные обстоятельства затрагивают права и интересы как хозяйствующих субъектов — участников соответствующих товарных рынков, так и граждан-потребителей, для которых производители БАД и ПКП с наименованиями либо дизайном упаковки, сходными с лекарственными препаратами или медицинскими изделиями, создают риски ошибочного приобретения одного товара вместо другого либо принятия решения о выборе БАД или ПКП вместо лекарственного препарата в результате недостаточных знаний об отличии в потребительских свойствах данных товаров. Таким образом, повышение продаж товара достигается за счет ошибки покупателя, что подпадает под признаки недобросовестной конкуренции.

Описанный подход ФАС России направлен на пресечение недобросовестных попыток производителей перечисленных категорий товаров стимулировать спрос и увеличить продажи за счет ошибки потребителя и паразитирования на репутации и покупательской лояльности к известным на рынке товарам — лекарственным средствам, которые подтвердили свою эффективность и чья востребованность обусловлена усилиями производителей по соблюдению требований законодательства к процессу производства и оборота лекарственных средств и финансовым вложениям в продвижение препаратов.

Подобная недобросовестная практика не только затрагивает имущественные интересы потребителей и производителей, но и создает риски для жизни и здоровья граждан в результате формирования тенденций к замещению либо дополнению рекомендованных лекарственных препаратов «ложными аналогами» в форме схожих по упаковке или наименованию БАД и ПКП.

Данная недобросовестная практика использует методы, аналогичные созданию смешения, когда покупатель в силу внешнего сходства упаковки товара и отдельных элементов оформления полагает, что товар нарушителя аналогичен либо сходен с известным лекарственным средством либо медицинским изделием (в зависимости от избранного «оригинальным» производителем правового режима оборота товара). В данном случае отсутствуют основания для применения положений о смешении, так как данные виды товаров образуют разные товарные рынки, и между потерпевшим и ответчиком нет конкурентных отношений. Поскольку угроза конкуренции реализуется как путем ущемления интересов иных участников рынка, на котором действует нарушитель, которые не используют недобросовестную практику, так и в виде угрозы интересам покупателя-гражданина, в этом случае для квалификации правоотношений применяется общий запрет на недобросовестную конкуренцию — ст. 14⁸ Федерального закона о защите конкуренции.

Принятое решение имеет прецедентное значение, поскольку закрепляет практику пресечения недобросовестной практики, имеющей высокий уровень общественной опасности (угроза жизни и здоровью граждан), при этом выявление нарушения потребовало сопоставления и оценки значимого объема доказательств и анализа обстоятельств дела и условий функционирования соответствующих товарных рынков для надлежащей квалификации. Выявленная практика носит массовый характер и имеет глобальный негативный эффект для экономики в целом, поскольку рынок ПКП весьма обширен и создает угрозу экономической

устойчивости производителей лекарственных средств и медицинских изделий, а также добросовестным конкурентам на рынке ПКП.

Решением по делу действия ООО «Мирролла Лаб», выразившиеся в производстве гигиенического средства «Аквасол» в упаковке, сходной с упаковкой медицинского изделия «Аквалор», признаны нарушающими ст. 14⁸ Федерального закона «О защите конкуренции», ООО «Мирролла Лаб» выдано предписание о прекращении действий, нарушающих антимонопольное законодательство. Предписание было исполнено.

Следующим аспектом, на который стоит обратить внимание, являются посягательства на свободную конкуренцию в рекламной сфере⁹. Следует сказать, что вопрос о конкуренции норм антимонопольного законодательства и законодательства в сфере рекламы неоднократно возникал в практике антимонопольных органов. ФАС России по этому поводу в своем письме от 24 декабря 2020 г. № АК/113856/20 «О соотношении норм законодательства о недобросовестной конкуренции с нормами законодательства о рекламе и о защите прав потребителей»¹⁰ указал на тесную взаимосвязь посягательств на свободную конкуренцию и нарушений законодательства, регулирующего рекламную деятельность.

Уголовный кодекс РФ криминализует рекламирование порнографических материалов и предметов с порнографическими изображениями несовершеннолетних (ст. 242–242¹). Реклама, посягающая на свободную конкуренцию, остается за рамками применения уголовной репрессии, хотя ей и могут сопутствовать иные преступления. Ненадлежащая реклама одновременно может образовывать состав клеветы (ст. 128¹ УК РФ) или состав разглашения сведений, составляющих коммерческую или банковскую тайну (ст. 183 УК РФ)¹¹.

Тем не менее защита свободной конкуренции в рекламной сфере осуществляется не уголовно-правовыми способами. Так, в 2022 г. в антимонопольные органы поступило 12 033 заявления

о несоответствии рекламы требованиям профильного законодательства. Положительным фактором является то, что это почти на треть меньше, чем в 2021 г. (17 607 заявлений).

По результатам рассмотрения этих заявлений было возбуждено 3156 дел, пресечено 4021 нарушение (в 2021 г. — 3763 дела и 4597 нарушений).

В зависимости от характера нарушения и его опасности для конкуренции к нарушителям применяются меры административного воздействия и наказания¹².

В этой сфере в 2022 г. возбуждено 4016 дел об административных правонарушениях (в 2021 г. — 4247), вынесено 1831 постановление о наложении штрафа на сумму 133 427 000 руб. (в 2021 г. — 2078 постановлений на сумму 137 106 400 руб.), в том числе 42 постановления за неисполнение предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе на сумму 4 663 000 руб. (в 2021 г. — 34 постановления на сумму 4 436 000 руб.). Было вынесено 1624 предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе (в 2021 г. — 2527).

В 2022 г. наибольшее количество выявленных нарушений, как и ранее, фиксировалось при распространении рекламы по сетям электросвязи — 31,9% от всех выявленных нарушений, хотя оно и заметно снизилось (в 2021 г. данные нарушения составили 38% всех нарушений).

Сохраняется высоким количество выявленных нарушений в сфере рекламы финансовых услуг — 17,8% (в 2021 г. данные нарушения составили 17% всех нарушений). Данный вид нарушений остается самым многочисленным.

Количество выявленной недостоверной рекламы по сравнению с предыдущим периодом выросло и составило 9,99% (в 2021 г. — 8,64% всех выявленных нарушений).

Распространение рекламы, вводящей в заблуждение, в 2022 г. выросло, составив 8,9% (в 2021 г. — 6,37% всех выявленных нарушений).

Отмечается стабильное, но незначительное количество нарушений в рекламе алкогольной продукции, сопоставимое с предыдущим годом (в 2022 г. — 4,2% всех нарушений, в 2021 г. — 4,4%).

⁹ См., напр.: *Липина О.О.* Недобросовестная реклама как фактор негативного влияния на развитие конкуренции // *Вестник Хакасского гос. ун-та им. Н.Ф. Катанова*. 2022. № 3 (41). С. 114–117; *Мадин М.О., Сулейманова К.А.* Ненадлежащая реклама как форма недобросовестной конкуренции // *Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты*: сб. науч. ст. 9-й Международный. науч.-практ. конф. Курск 21–22 ноября 2019 г. Курск, 2019. Т. 2. С. 40–42.

¹⁰ См.: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_439713/ (дата обращения: 01.11.2023).

¹¹ См.: *Вольдимарова Н.Г., Хаперская К.С.* Уголовно-правовой аспект нарушения рекламного законодательства // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2019. № 5. С. 119.

¹² См., напр.: *Большова И.А.* О соотношении уголовно-правовых и административно наказуемых нарушений авторских, смежных, изобретательских и патентных прав // *Общество и право*. 2009. № 4. С. 123–127; *Коробкина А.А.* К вопросу об ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе // *Труды XII Евразийского научного форума*: сб. науч. ст. и материалов XII Евразийского научн. форума, Санкт-Петербург, 20 ноября 2020 г. СПб., 2020. Ч. II. С. 160–165.

Количество неэтичной рекламы в 2022 г. сохранилось на низком уровне и составило 1.27% от выявленных нарушений (в 2021 г. — 1.04%).

В части недобросовестной рекламы сохраняется тенденция на снижение выявленных нарушений. Так, в 2022 г. такие нарушения составили 1.84% от всех нарушений (в 2021 г. — 2.61%).

Незначительно возросло по сравнению с прежним периодом количество нарушений, связанных с размещением рекламы товаров, рекламирование которых не допускается: в 2022 г. такие нарушения составили 6.3% от выявленных нарушений (в 2021 г. — 5%).

Наблюдается рост, хоть и незначительный, ненадлежащей рекламы товаров при дистанционном способе их продажи — 1.39% от нарушений в 2022 г. против 0.97% в 2021 г., а в части ненадлежащей рекламы, распространяемой на транспортных средствах и с их использованием, наблюдается снижение количества выявленных нарушений до 1.76% в 2022 г. с 3.54% в 2021 г.

Важно сказать и об обеспечении и защите свободной конкуренции в тарифной сфере. В литературе отмечалось, что создание проконкурентной тарифной политики является важнейшим направлением деятельности, влияющем на развитие конкуренции¹³.

Тарифное регулирование — один из важнейших аспектов институциональных преобразований естественных монополий. Неэффективная тарифная политика приводит к тому, что баланс интересов монополий и потребителей нарушается¹⁴.

Показатели контрольно-надзорной деятельности за реализацией полномочий в области тарифного регулирования за 2022 г. в сравнении с 2021 г. значительно ниже.

В 2021 г. было проведено 14 проверок, выявлено экономически необоснованных средств в тарифах на сумму более 6.93 млрд руб., выдано 67 предписаний и приказов об отмене тарифных решений региональных органов тарифного регулирования.

По итогам 2022 г. ФАС России: 1. Проведены две плановые проверки в отношении 23 организаций; 2. Проведено шесть внеплановых проверок в отношении 19 организаций; 3. Выдано 48 предписаний (табл. 2).

¹³ См.: *Борисова Л.Н.* О региональном аспекте антимонопольного контроля в сфере тарифного регулирования и его влиянии на развитие конкуренции // Вестник СГЮА. 2017. № 6 (119). С. 144.

¹⁴ См.: *Чайников В.В., Куликов И.В.* Конкуренция, антимонопольное регулирование и тарифная политика в Российской Федерации // Вестник РНУ. Сер.: Человек и общество. 2017. № 1. С. 30.

Таблица 2

Структура предписаний об устранении органами исполнительной власти в области государственного регулирования цен (тарифов) выявленных ФАС России нарушений законодательства Российской Федерации в области государственного регулирования цен (тарифов) в 2022 г.

Наименование предписания	Количество
Об устранении нарушений законодательства в сфере электроэнергетики	19
Об устранении нарушений законодательства в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами	13
Об устранении нарушений законодательства в сфере теплоснабжения	9
Об устранении нарушений законодательства в сфере водоснабжения и водоотведения	7

* * *

Суммируя вышеизложенное, можно сформулировать вывод о том, что тенденция, наблюдаемая в посягательствах на свободную конкуренцию, весьма положительна. Число таких посягательств неуклонно снижается¹⁵. Огромную роль тут сыграло и введение в России систем Антимонопольного комплаенса¹⁶, и усиление контроля со стороны антимонопольных органов, и другие факторы. Тем не менее проблема обеспечения свободной конкуренции существует и продолжает быть актуальной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Большова И.А.* О соотношении уголовно-правовых и административно наказуемых нарушений авторских, смежных, изобретательских и патентных прав // Общество и право. 2009. № 4. С. 123–127.
2. *Борисова Л.Н.* О региональном аспекте антимонопольного контроля в сфере тарифного регулирования и его влиянии на развитие конкуренции // Вестник СГЮА. 2017. № 6 (119). С. 144.
3. *Вольдимарова Н.Г., Хаперская К.С.* Уголовно-правовой аспект нарушения рекламного законодательства // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. № 5. С. 119.
4. *Дедова Т.В., Скурятин Р.В.* Недобросовестная конкуренция и методы противодействия с ней //

¹⁵ См.: Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2020 год. М., 2021; Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2021 год. М., 2022; Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2022 год. М., 2023.

¹⁶ См. подр.: *Овчаров А.В.* Антимонопольный комплаенс как средство предупреждения нарушений в сфере ограничения конкуренции // Государство и право. 2022. № 4. С. 79–89.

- Учетно-аналитическое и правовое обеспечение экономической безопасности коммерческой организации: материалы I Междунар. студ. науч.-практ. конф., Воронеж, 14 апреля 2018 г. / под ред. Д.А. Ендовицкого, Л.С. Коробейниковой. Воронеж, 2018. С. 42–46.
5. Досова З.К. Концептуальные основы уголовно-правовой охраны конкуренции // Пробелы в росс. законодательстве. 2021. Т. 14. № 6. С. 231.
 6. Коробкина А.А. К вопросу об ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе // Труды XII Евразийского научного форума: сб. науч. ст. и материалов XII Евразийского научн. форума, Санкт-Петербург, 20 ноября 2020 г. СПб., 2020. Ч. II. С. 160–165.
 7. Липина О.О. Недобросовестная реклама как фактор негативного влияния на развитие конкуренции // Вестник Хакасского гос. ун-та им. Н.Ф. Катанова. 2022. № 3 (41). С. 114–117.
 8. Мадин М.О., Сулейманова К.А. Ненадлежащая реклама как форма недобросовестной конкуренции // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты: сб. науч. ст. 9-й Междунар. науч.-практ. конф. Курск 21–22 ноября 2019 г. Курск, 2019. Т. 2. С. 40–42.
 9. Овчаров А.В. Антимонопольный комплаенс как средство предупреждения нарушений в сфере ограничения конкуренции // Государство и право. 2022. № 4. С. 79–89.
 10. Сергеева Е.С. Противодействие недобросовестной конкуренции в России // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты: сб. науч. тр. 5-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 4 апреля 2020 г. Курск, 2020. С. 270–273.
 11. Чайников В.В., Куликов И.В. Конкуренция, антимонопольное регулирование и тарифная политика в Российской Федерации // Вестник РНУ. Сер.: Человек и общество. 2017. № 1. С. 30.
 12. Timur Ergen and Sebastian Kohl Rival. 2020. Pp. 1–29.

REFERENCES

1. Bolshova I.A. On the correlation of criminal and administratively punishable violations of copyright, related, inventive and patent rights // Society and Law. 2009. No. 4. Pp. 123–127 (in Russ.).
2. Borisova L.N. On the regional aspect of antimonopoly control in the field of tariff regulation and its impact on the development of competition // Herald of the SSLA. 2017. No. 6 (119). P. 144 (in Russ.).
3. Voldimarova N.G., Khaperskaya K.S. Criminal law aspect violations of advertising legislation // Humanities, socio-economic and social sciences. 2019. No. 5. P. 119 (in Russ.).
4. Dedova T.V., Skuryatin R.V. Unfair competition and methods of countering it // Accounting, analytical and legal support of economic security of a commercial organization: materials of the I International Student Scientific and Practical Conference, Voronezh, April 14, 2018 / ed. by D.A. Endovitsky, L.S. Korobeinikova. Voronezh, 2018. Pp. 42–46 (in Russ.).
5. Dosova Z.K. Conceptual foundations of criminal law protection of competition // Gaps in Russ. legislation. 2021. Vol. 14. No. 6. P. 231 (in Russ.).
6. Korobkina A.A. On the issue of liability for violation of the legislation of the Russian Federation on advertising // Proceedings of the XII Eurasian Scientific Forum: collection of scientific articles and materials of the XII Eurasian Scientific Journal. Forum, St. Petersburg, November 20, 2020. St. Petersburg, 2020. Part II. Pp. 160–165 (in Russ.).
7. Lipina O.O. Unfair advertising as a factor of negative influence on the development of competition // Herald of Katanov Khakass State University. 2022. No. 3 (41). Pp. 114–117 (in Russ.).
8. Madin M.O., Suleymanova K.A. Inappropriate advertising as a form of unfair competition // The strategy of socio-economic development of the society: managerial, legal, economic aspects: collection of scientific articles of the 9th International Scientific and Practical Conference. Kursk, November 21–22, 2019. Kursk, 2019. Vol. 2. Pp. 40–42 (in Russ.).
9. Ovcharov A.V. Antimonopoly compliance as a means of preventing violations in the field of competition restriction // State and Law. 2022. No. 4. Pp. 79–89 (in Russ.).
10. Sergeeva E.S. Countering unfair competition in Russia // Economic security: legal, economic, environmental aspects: collection of scientific works. 5th International Scientific and Practical Conference, Kursk, April 4, 2020. Kursk, 2020. Pp. 270–273 (in Russ.).
11. Chainikov V.V., Kulikov I.V. Competition, antimonopoly regulation and tariff policy in the Russian Federation // Herald of the Russian Academy of Sciences. Ser.: Man and Society. 2017. No. 1. P. 30 (in Russ.).
12. Timur Ergen and Sebastian Kohl Rival. 2020. Pp. 1–29.

Сведения об авторе

ОВЧАРОВ Артем Валерьевич — кандидат юридических наук, научный сотрудник сектора уголовного права, уголовного процесса и криминологии Института государства и права Российской академии наук; 119019 г. Москва, ул. Знаменка, д. 10

Authors' information

OVCHAROV Artem V. — PhD in Law, Researcher in the Sector of Criminal Law, Criminal Procedure and Criminology, Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences; 10 Znamenka str., 119019 Moscow, Russia