

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Заглядина Янина Александровна

**Правовая защита от недобросовестной конкуренции, связанной с
неправомерным использованием информации в сфере
предпринимательской деятельности**

Специальность 5.1.3. Частно-правовые (цивилистические) науки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата юридических наук

Москва – 2025

Диссертация подготовлена на кафедре предпринимательского права
юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Научный руководитель – ***Паращук Сергей Анатольевич,***
кандидат юридических наук, доцент

Официальные оппоненты – ***Егорова Мария Александровна,***
доктор юридических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Московский государственный
юридический университет имени
О.Е. Кутафина (МГЮА)», кафедра
конкурентного права, профессор;
Илюшина Марина Николаевна,
доктор юридических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Всероссийский
государственный университет юстиции
(РПА Минюста России)», кафедра
гражданского и предпринимательского
права, заведующая кафедрой;
Мотуренко Сергей Михайлович,
кандидат юридических наук, ФГБУН
Институт государства и права РАН,
сектор гражданского и
предпринимательского права, старший
научный сотрудник.

Защита диссертации состоится «28» мая 2025 г. в 15 часов 00 минут на заседании диссертационного совета МГУ.051.1 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: Москва, Ленинские горы, д.1, стр.13-14, 4-й учебный корпус, Юридический факультет, ауд.536а.

E-mail: dissovet@law.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3418>.

Автореферат разослан «___» апреля 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор юридических наук, доцент

Н.В. Щербак

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Информация является одним из важнейших ресурсов современного общества, обладать которым стремится всякий и каждый. Для любого хозяйствующего субъекта важно иметь информацию о контрагенте, конкуренте, состоянии рынка, его изменениях. Поэтому в целях ускорения темпов развития, привлечения потребителей, увеличения прибыли некоторые предприятия пользуются распространением ложной, неточной, искаженной информации, разработками фирм-конкурентов, провозглашают свой товар лучшим. Приобретение, использование, разглашение информации может быть как правомерным, так и противоправным. Ввиду серьезной значимости информации для развития рынка и общества в целом она может находиться как в свободном, так и в ограниченном доступе. В современном российском законодательстве упоминается свыше тридцати видов тайн, которые прямо ограничивают реализацию прав и свобод¹.

Недобросовестная конкуренция как самостоятельное явление возникла в конце XIX века в связи появлением конкурентов-аутсайдеров, предпринимавших попытки преодолеть барьеры доступа на рынок посредством использования неблагоприятных приемов и способов ведения конкурентной борьбы, в частности, связанных с неправомерным использованием информации. Данные обстоятельства повлекли за собой необходимость защиты добросовестных хозяйствующих субъектов и потребителей от недобросовестного поведения конкурентов и его негативных последствий.

Переход России к рыночной экономике и связанные с ним изменения в экономических отношениях привели к обострению конкурентной борьбы и, как следствие, к необходимости правового регулирования противодействия

¹ Информация, доступ к которой ограничен законодательством (информация ограниченного доступа) (подготовлено экспертами компании «Гарант») // СПС «Гарант».

недобросовестной конкуренции, в том числе связанной с неправомерным использованием информации, в том числе в отдельных сферах предпринимательской деятельности и на отдельных товарных рынках. Так, неправомерное использование инсайдерской информации широко распространено в биржевой торговле. Отдельные сложности в правоприменительной практике возникают, когда инсайдерская информация совпадает с информацией, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну. Поскольку определение инсайдерской информации включает сведения, составляющие коммерческую и иную охраняемую законом тайну, ее неправомерное использование может одновременно являться и актом недобросовестной конкуренции. В таких случаях возникает вопрос о квалификации действий по нормам о недобросовестной конкуренции либо по нормам о неправомерном использовании инсайдерской информации. Цифровая экономика с её быстрым развитием технологий и увеличением объёмов данных существенно усиливает риски неправомерного использования конфиденциальной информации в целях получения конкурентных преимуществ, что создаёт дополнительные угрозы для хозяйствующих субъектов-конкурентов.

Таким образом, для обеспечения правовых основ предпринимательства, добросовестной и справедливой конкуренции на рынке крайне важно провести комплексное научное исследование правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности. Также актуальной задачей является разработка эффективных механизмов противодействия недобросовестной конкуренции в информационной сфере, которая приобретает все большее значение в условиях цифровой трансформации экономики. Комплексный анализ российского законодательства и научных изысканий в сфере защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации, в сопоставлении с зарубежным опытом позволит оценить эффективность отечественного законодательства,

актуализировать его, а также разработать предложения по его совершенствованию с целью повышения уровня правовой защиты от недобросовестной конкуренции и адаптации к современным экономическим реалиям.

В настоящее время в отечественной научной литературе отсутствуют комплексные научные исследования, посвящённые правовой защите от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности. Вышеуказанное также обуславливает актуальность темы исследования.

Степень научной разработанности темы диссертационного исследования. Учеными создано достаточное количество фундаментальных работ по недобросовестной конкуренции, отдельным ее видам. Такими работами, в частности, являются монографические, диссертационные исследования, учебники и статьи отечественных ученых-юристов, в частности, дореволюционных ученых: А.И. Каминки¹, Г.Ф. Шершеневича², В.Н. Шретера³, а также современных ученых: Д.А. Гаврилова⁴, О.А. Городова⁵, В.И. Еременко⁶, О.Н. Зименковой⁷, С.Н. Кондратовской⁸, С.А. Парашука⁹, Д.И. Серегина¹⁰ и других.

Правовому регулированию защиты от ненадлежащей рекламы

¹ Каминка А.И. Очерки торгового права. М.: АО «Центр ЮрИнфоР», 2002. 546 с.

² Шершеневич, Г. Ф. Курс торгового права в 4 т. Том 2. Товар. Торговые сделки / Г. Ф. Шершеневич. М.: Издательство Юрайт, 2024. 480 с.

³ Шретер В.Н. Недобросовестная конкуренция // Памяти профессора Габриеля Феликсовича Шершеневича. Сборник статей по гражданскому и торговому праву. М.: Изд. Бр. Башмаковых, 1915. С. 427-455.

⁴ Гаврилов Д.А. Правовая защита от недобросовестной конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации и иные объекты промышленной собственности: монография. М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2014. 192 с.

⁵ Городов О.А. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика. М.: Статут, 2008. 216 с.

⁶ Еременко В.И. Правовое регулирование конкурентных отношений в России и за рубежом. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 2001. 457 с.

⁷ Зименкова О.Н. Правовое регулирование борьбы с недобросовестной конкуренцией в ЕЭС и в странах-членах сообщества. Дисс на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 1984. 192 с.

⁸ Кондратовская С.Н. Правовые проблемы пресечения недобросовестной конкуренции на товарных рынках. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. СПб., 1995. 177 с.

⁹ Парашук С.А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 1995. 222 с.; Парашук С.А. Понятие и виды недобросовестной конкуренции в проекте изменений законодательства о защите конкуренции // Юрист. 2015. № 1. С. 15-22.

¹⁰ Серегин Д.И. Недобросовестная конкуренция как правовая категория. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 2002. 159 с.

посвящены диссертационные исследования М.Ю. Великооклада¹, Ю.С. Куликовой². Ответственность за недобросовестную конкуренцию и превентивные меры рассмотрены в работах И.В. Башлакова-Николаева³, М.А. Егоровой⁴, И.Г. Савицкой⁵. Охрану конфиденциальной информации исследовали В.А. Дозорцев⁶, В.А. Северин⁷, Р.В. Северин⁸, Е.В. Шишмарева⁹.

Между тем, отсутствуют специальные научные монографические исследования, посвященные комплексному анализу понятия, сущности, видов недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности.

Теоретическую основу диссертационного исследования составляют труды отечественных ученых: М.М. Агаркова, С.С. Алексеева, В.С. Белых, С.Н. Братуся, В.А. Вайпана, Е.П. Губина, В.А. Дозорцева, М.Н. Илюшиной, О.С. Иоффе, А.И. Каминки, Н.В. Козловой, С.Н. Кожевникова, О.Э. Лейста, М.Н. Марченко, С.М. Мотуренко, Е.А. Суханова, С.В. Третьякова, С.Ю. Филипповой, Ю.С. Харитоновой, А.Ф. Черданцева, М.Д. Шаргородского, Г.Ф. Шершеневича, Н.В. Щербак.

Работа также опирается на фундаментальные исследования, в том числе диссертации, посвященные правовой категории недобросовестной конкуренции, а также защите от недобросовестной конкуренции,

¹ Великооклад М.Ю. Ненадлежащая реклама как основание нарушения субъективных гражданских прав и законных интересов потребителя. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 2012. 159 с.

² Куликова Ю.С. Ненадлежащая реклама как форма недобросовестной конкуренции. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 2003. 144 с.

³ Башлаков-Николаев И.В. О проблемах применения повода к возбуждению дел об административных правонарушениях по статьям 14.9, 14.31-14.33 КоАП России // Законы России: опыт, анализ, практика. 2016. № 1. С. 48-51.

⁴ Егорова М.А. Возмещение убытков как способ защиты гражданских прав при нарушении антимонопольного законодательства // Lex russica. 2017. № 5. С. 95-104.

⁵ Савицкая И. Г. Проблемы применения института предупреждения о прекращении действий, содержащих признаки нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации Арбитражные споры. 2020. № 4. С. 45-56.

⁶ Дозорцев В.А. Информация как объект исключительного права // Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации: Сборник статей. Исследовательский центр частного права, 2003. М.: Статут, 2003. С. 224 - 237; Дело и право. 1996. № 4. С. 27-35, 38.

⁷ Северин В.А. Коммерческая тайна в России. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Зерцало-М, 2009. 472 с.

⁸ Северин Р.В. Механизм защиты прав на коммерческую тайну. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. юрид. наук. М., 2011. 293 с.

⁹ Шишмарева Е.В. Коммерческая тайна в российском гражданском праве. Дисс. на соиск. уч. степ. д-ра юрид. наук. М., 2004. 240 с.

выполненные И.В. Башлаковым-Николаевым, Д.А. Гавриловым, О.А. Городовым, М.А. Егоровой, В.И. Еременко, О.Н. Зименковой, В.Г. Истоминым, А.Ю. Киневым, С.Н. Кондратовской, В.А. Корнеевым, С.В. Максимовым, С.А. Паращуком, Д.А. Петровым, К.А. Писенко, С.А. Пузыревским, Ж.И. Седовой, Д.И. Серегиным.

Среди иностранных ученых следует выделить труды F. Barigozzi, M. Budden, J. Clark, W.J. Cook, M. Deutch, M.F. Jager, P.V. Norton, M.K. Ohlhausen, A.P. Okuliar, V.N. Patricia, M. Peitz, W.E. Sell, M. Senftleben, H.C. Sung, A.E. Turner.

Объект исследования – общественные отношения, складывающиеся в сфере правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности.

Предмет исследования – нормы российского и зарубежного права, регулирующие общественные отношения в сфере правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности, проекты отечественных нормативных актов, правоприменительная практика и доктрина по указанной проблематике.

Целью диссертационного исследования является комплексный научный анализ правовой защиты от недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации в сфере предпринимательской деятельности. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**:

- установить тенденции возникновения и развития правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции в сфере информации, а также правового регулирования защиты от ненадлежащей рекламы в отечественном и зарубежном законодательстве;

- выявить правовую природу и признаки недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации;

- определить содержание и виды информации, являющейся объектом недобросовестной конкуренции;
- установить виды недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации;
- определить виды ответственности за совершение недобросовестной конкуренции в информационной сфере;
- выявить превентивные меры правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности;
- определить практику применения ст. 14.1-14.3, 14.7 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (далее – Закон о защите конкуренции, Закон)¹;
- установить особенности действующего законодательства Российской Федерации и зарубежных стран в сфере правовой защиты от недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации.

Нормативную основу диссертационного исследования составили нормы отечественного (Конституция Российской Федерации², Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ)³, Закон о защите конкуренции, Федеральный закон «О рекламе»⁴, иные федеральные законы) и зарубежного законодательства. Автор диссертационного исследования также учтены правовые позиции Конституционного Суда РФ, Верховного Суда РФ и Высшего Арбитражного Суда РФ, разъясняющие применение правовых норм

¹ Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 14.10.2024) «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434; 2024. № 43. Ст. 6299.

² Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12.12.1993 г. // Российская газета. 1993. №237; 2020. № 55.

³ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301; 2024. № 33 (Часть I). Ст. 4933; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024) // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410; 2024. № 51. Ст. 7853; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // СЗ РФ. 2001. № 49. Ст. 4552; 2024. № 33 (Часть I). Ст. 4933; Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024) // СЗ РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496; 2024. № 31. Ст. 4450.

⁴ Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 26.12.2024) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2025) // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232; 2024. № 53 (Часть I). Ст. 8489.

в сфере правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности.

Эмпирическую основу диссертационного исследования формирует отечественная и зарубежная судебная практика, практика Федеральной антимонопольной службы, ее территориальных органов.

Методологическую основу диссертационного исследования составляют общенаучные и специальные методы исследования. Общенаучные методы: анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, исторический методы. Специальные методы: логико-юридический, сравнительно-правовой, историко-правовой методы, метод юридической герменевтики.

Научная новизна диссертации состоит в комплексном научном исследовании проблематики правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в предпринимательской деятельности, видов недобросовестной конкуренции, в том числе появившихся и активно развивающихся в условиях цифровизации экономики и рыночных отношений, выявлении особенностей недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации, сравнении действующего законодательства Российской Федерации и зарубежных стран в исследуемой сфере.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Недобросовестная конкуренция, связанная с неправомерным использованием информации, представляет собой систему противоправных действий (бездействия), совершаемых конкурирующими хозяйствующими субъектами на рынке, направленных на неправомерное получение, распространение, использование, обработку информации (сведений, сообщений, данных) в определенных формах, создающих необоснованные конкурентные преимущества в сфере предпринимательской деятельности, в том числе получение необоснованных доходов (прибыли), причиняющих или создающих возможность причинения убытков, морального вреда отдельным

добросовестным конкурентам и потребителям, а также вреда конкурентным отношениям на рынке и законным интересам неопределенного круга потребителей.

2. Анализ рынка, проводимый антимонопольным органом, выступает необходимым условием применения запретительных мер в рамках правовой защиты от недобросовестной конкуренции, поскольку неправомерные действия (бездействие) недобросовестных конкурентов посягают также на конкурентные отношения на рынке. В отличие от недобросовестной конкуренции в сфере исключительных прав, где географическими границами товарного рынка, по общему правилу, является конкретная территория оборота товара (субъект Российской Федерации или отдельный населенный пункт), недобросовестная конкуренция, связанная с неправомерным использованием информации, как правило, охватывает всю территорию, на которой осуществляется неправомерное использование (распространение) информации (территория Российской Федерации). При этом доля хозяйствующих субъектов на товарном рынке в процессе его анализа не устанавливается, поскольку не имеет значения для определения конкурентной среды в целях квалификации рассматриваемой группы правонарушений.

3. Запретительными мерами в рамках правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации, выступают специальные и общие запреты недобросовестной конкуренции. Специальные запреты подразделяются на: 1) поименованные в Законе о защите конкуренции: а) запрет дискредитации; б) запрет некорректного сравнения; в) запрет введения в заблуждение; г) запрет на получение, распространение и использование охраняемой законом тайны и 2) непоименованные запреты, содержащиеся в иных законах, посвященных отдельным сферам и рынкам (закон о рекламе, закон о физической культуре и спорте в РФ, законодательство в сфере организации спортивных мероприятий (Олимпийских игр) и другие). В связи с отсутствием в законодательстве исчерпывающего перечня запретов недобросовестной конкуренции возможно

применение общих запретов, предусмотренных нормами ГК РФ (ст. 10 ГК РФ о недопустимости злоупотребления правом), общими нормами Закона о защите конкуренции (п. 9 ст. 4 и ст. 14.8 Закона), нормой ст. 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности. Особенностью квалификации рассматриваемых специальных запретов недобросовестной конкуренции является одновременное применение к ним общего запрета недобросовестной конкуренции, предусмотренного в п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции, содержащего общие признаки данного правонарушения.

4. Специальный запрет на введение в заблуждение, как вида недобросовестной конкуренции, не ограничивается запрещением только активного поведения в виде действий недобросовестного конкурента, но также должен включать и бездействие, проявляющееся в преднамеренном несообщении хозяйствующим субъектам и потребителям существенной информации о своих товарах (работах, услугах). Введение в заблуждение в форме бездействия состоит в несообщении необходимых с учетом квалификации обычного (непрофессионального) потребителя или профессионального потребителя существенных сведений, что вводит рассматриваемого потребителя в заблуждение в отношении приобретаемого им товара (работы, услуги). Объектом посягательства недобросовестного конкурента выступают права хозяйствующих субъектов и потребителей на информацию о товарах (работах, услугах) на рынке в состоянии конкуренции, деловая репутация конкурентов. Введение в заблуждение одновременно посягает также на конкурентные отношения на рынке посредством ограничения оборота товаров, работ и услуг в результате причинения вреда деловой репутации конкурентов, отсутствия возможности получения дохода конкурентами, искажения восприятия потребителями товаров, работ и услуг.

5. Специальный запрет дискредитации, как вида недобросовестной конкуренции, исторически основывался на применении норм частного права о защите деловой репутации отдельных субъектов, выступающих конкурентами по отношению друг к другу, но впоследствии сформировался в

качестве специального антимонопольного запрета. Прямая дискредитация в виде распространения недостоверных сведений о конкуренте и его товарах (работах, услугах) и косвенная дискредитация в виде некорректного сравнения товаров (работ, услуг) с товарами добросовестного конкурента причиняют не только убытки и вред деловой репутации отдельным лицам – добросовестным конкурентам, но также вред конкурентным отношениям на рынке, неопределенному кругу потребителей, создавая дисбаланс на рынке за счет ограничения оборота товаров (работ, услуг), отсутствия возможности получения дохода субъектами предпринимательской деятельности, искажения восприятия потребителями товаров, работ и услуг.

6. Специальный запрет на незаконное получение, использование, разглашение охраняемой законом тайны в сфере предпринимательской деятельности, в качестве вида недобросовестной конкуренции, также исторически был основан на применении норм частного права о защите охраняемой законом конфиденциальной информации (в частности, коммерческой тайны, служебной тайны, иной охраняемой тайны), в том числе в различных сферах предпринимательской деятельности (в сфере банковской, страховой деятельности, в биржевой торговле и других), но приобрел характер специального антимонопольного запрета, направленного на защиту конкуренции и неопределенного круга потребителей на соответствующих рынках. Совершение данного вида недобросовестной конкуренции создает у хозяйствующего субъекта-конкурента необоснованные конкурентные преимущества в виде неправомерного доступа, получения, использования, распространения конфиденциальной информации, принадлежащей как добросовестному конкуренту, так и иным лицам, что обеспечивает недобросовестному конкуренту победу на рынке. При этом незаконное получение, использование, разглашение конфиденциальной информации нарушает права и законные интересы отдельных конкурентов и иных лиц, обладающих конфиденциальной информацией, а также наносит вред конкуренции и неопределенному кругу потребителей посредством

ограничения оборота товаров, работ и услуг, объектов инновационной деятельности, искажения рыночных цен.

7. В условиях цифровизации рыночных отношений и предпринимательства появились новые непоименованные в законе виды недобросовестной конкуренции с использованием цифровых технологий и информации в виде «больших данных», подпадающих под общий запрет недобросовестной конкуренции, содержащийся в п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции: 1) незаконный сбор и использование «больших данных» конкурентов в целях получения необоснованного конкурентного преимущества; 2) манипуляция с сетевым трафиком, которая включает в себя как кликфрод (искусственное «накручивание кликов» по рекламе конкурентов), так и перенаправление пользователей на другие сайты без их согласия; 3) недобросовестная конкуренция с использованием «больших данных» посредством применения рекомендательных алгоритмов при составлении правил использования соответствующих рекомендательных технологий (в результате чего конкурент получает необоснованное конкурентное преимущество, не раскрывая собираемые сведения в составляемых правилах).

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в комплексном исследовании автором видов недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации, выявлении признаков недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации, сравнении действующего законодательства Российской Федерации и зарубежных стран в сфере правовой защиты от недобросовестной конкуренции по неправомерному использованию информации.

Представленный в работе материал может быть интегрирован в учебные программы бакалавриата и магистратуры по курсам предпринимательского и конкурентного права, в специализированные курсы по правовой защите от недобросовестной конкуренции, а также может послужить ценным ресурсом

для создания учебных материалов.

Результаты исследования автора также могут служить основой для дальнейших научных изысканий в области юриспруденции.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в возможности использования сформулированных автором выводов и положений компетентными органами в целях совершенствования законодательства о защите конкуренции, а также формирования правоприменительной практики.

Степень достоверности результатов исследования подтверждается анализом обширного перечня источников информации для написания работы: отечественных и зарубежных нормативно-правовых актов, судебной практики, практики антимонопольных органов, доктринальных источников, а также иных источников.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы настоящего исследования опубликованы в 4 статьях автора в рецензируемых научных журналах, рекомендованных в диссертационном совете МГУ и рецензируемых Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, использованы автором при проведении практических занятий со студентами по дисциплинам кафедры предпринимательского права юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, а также представлены в выступлениях на научно-практических конференциях.

Структура работы обусловлена целью, задачами и методами исследования. Данная работа состоит из введения, трех глав, содержащих восемь параграфов, заключения, библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность избранной темы, устанавливается степень научной разработанности темы исследования,

определяются цели и задачи исследования, предмет и объект исследования, указывается теоретическая и методологическая основа исследования, дается характеристика научной новизны, формулируются выносимые на защиту теоретические положения.

Глава 1 «Основы правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности» состоит из трех параграфов.

В настоящей главе автор проанализировал историю возникновения, развития, становления правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в отечественном и зарубежном законодательстве, определил соотношение ненадлежащей рекламы и недобросовестной конкуренции, сформулировал понятие и признаки недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации, дал классификацию информации, являющейся объектом недобросовестной конкуренции.

В параграфе 1 «Генезис правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции в сфере информации» автором рассмотрена история возникновения, развития, становления правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в отечественном и зарубежном законодательстве, проанализирована конструкция общего и специального запретов, определено соотношение ненадлежащей рекламы и недобросовестной конкуренции. В работе также рассмотрен генезис правового регулирования рекламы, в частности ненадлежащей рекламы, правовое регулирование ненадлежащей рекламы в зарубежных странах.

Исследование генезиса правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции в сфере информации показало, что с развитием рыночных отношений и конкуренции в правовых порядках различных стран появились взаимосвязанные нормы о защите информации, о

недобросовестной конкуренции, о рекламе и иные нормы, которые сформировались в определенную систему нормативного регулирования борьбы с недобросовестными методами конкуренции путем неправомерного использования соответствующей информации, в том числе осуществляемой в рекламе, подлежащей запрещению и пресечению.

В России сформировалась система взаимосвязанных норм правовой защиты от недобросовестной конкуренции в сфере неправомерного использования информации на основе норм Конституции Российской Федерации, Парижской конвенции, Закона о защите конкуренции, Закона об информации, Закона о рекламе, Закона о коммерческой тайне, иных законов и подзаконных нормативных актов. Эта система норм представляет собой относительно обособленную взаимосвязанную группу правил, содержащих особенности правовой регламентации и запрещения такой разновидности правонарушений, как недобросовестная конкуренция, связанная с неправомерным использованием информации в предпринимательской деятельности.

В параграфе 2 «Понятие и общая характеристика запретов на недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации» содержится анализ дореволюционной и современной отечественной доктрины по вопросу определения термина «недобросовестная конкуренция».

Автор приходит к выводу, что недобросовестная конкуренция, связанная с неправомерным использованием информации, представляет собой систему противоправных действий (бездействия), совершаемых конкурирующими хозяйствующими субъектами на рынке, направленных на неправомерное получение, распространение, использование, обработку информации (сведений, сообщений, данных) в определенных формах, создающих необоснованные конкурентные преимущества в сфере предпринимательской деятельности, в том числе получение необоснованных доходов (прибыли), причиняющих или создающих возможность причинения

убытков, морального вреда отдельным добросовестным конкурентам и потребителям, а также вреда конкурентным отношениям на рынке и законным интересам неопределенного круга потребителей. Для доказывания факта совершения недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации, должны быть установлены как специальные признаки недобросовестной конкуренции (содержащиеся в ст. 14.1-14.3, ст. 14.7 Закона о защите конкуренции), так и общие (п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции, ст. 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности).

В параграфе рассмотрены основные признаки, содержащиеся в понятии недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации, определены установленные судебной практикой признаки необходимые для доказывания факта недобросовестной конкуренции, дана общая характеристика запретов на недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации, рассмотрены специальные запреты, включая непоименованные в законе виды недобросовестной конкуренции с использованием цифровых технологий и информации в виде «больших данных», подпадающих под общий запрет недобросовестной конкуренции, содержащийся в п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции.

В параграфе 3 «Виды информации, являющейся объектом недобросовестной конкуренции» содержится легальное понятие информации. Автором дана классификация информации по трем основаниям: соответствие сведений действительности, степень доступности сведений и форма воплощения, обосновано значение каждого из критериев. Основание соответствия сведений действительности имеет значение для ст. 14.1-14.3 Закона о защите конкуренции, в то время как основание доступности сведений применимо к ст. 14.7 указанного выше закона. Критерий классификации по форме воплощения представляется важным, поскольку

влияет на квалификацию правонарушения по Закону о защите конкуренции или по Закону о рекламе.

В указанном параграфе также рассмотрено определение конфиденциальности информации, коммерческой тайны, обозначены признаки информации, составляющей коммерческую тайну, проанализировано правовое регулирование конфиденциальной информации коммерческого характера в зарубежных странах.

Ранее зарубежное право, как правило, не содержало отдельных актов, посвященных конфиденциальной информации коммерческого характера, регулируя ее на уровне законов, запрещающих недобросовестную конкуренцию, уголовных законов. Однако с принятием Директивы ЕС 2016/943 ситуация изменилась: европейские зарубежные страны стали активно принимать национальные законы о коммерческой тайне. В работе также рассмотрены требования к рекламе в отечественном и зарубежном законодательстве, определена роль достоверной сравнительной рекламы.

Глава 2 «Виды недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности» состоит из трех параграфов.

В настоящей главе автором проанализированы виды недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности, их закрепление в отечественном и зарубежном законодательстве. В целях выявления особенностей каждого из видов недобросовестной конкуренции автор обращался к анализу правоприменительной практики, зарубежному опыту.

В параграфе 1 «Недобросовестная конкуренция, связанная с введением в заблуждение» изложена специфика недобросовестной конкуренции, совершаемой посредством введения в заблуждение, с точки зрения правового регулирования противодействия указанному виду недобросовестной конкуренции в отечественном и зарубежном законодательстве.

В результате проведенного исследования автор пришел к выводу, что специальный запрет на введение в заблуждение, как вида недобросовестной конкуренции, не ограничивается запрещением только активного поведения в виде действий недобросовестного конкурента, но также должен включать и бездействие, проявляющееся в преднамеренном несообщении хозяйствующим субъектам и потребителям существенной информации о своих товарах (работах, услугах). Введение в заблуждение в форме бездействия состоит в несообщении необходимых с учетом квалификации обычного (непрофессионального) потребителя или профессионального потребителя существенных сведений, что вводит рассматриваемого потребителя в заблуждение в отношении приобретаемого им товара (работы, услуги).

Объектом посягательства недобросовестного конкурента выступают права хозяйствующих субъектов и потребителей на информацию о товарах (работах, услугах) на рынке в состоянии конкуренции, деловая репутация конкурентов. Введение в заблуждение одновременно посягает также на конкурентные отношения на рынке посредством ограничения оборота товаров, работ и услуг в результате причинения вреда деловой репутации конкурентов, отсутствия возможности получения дохода конкурентами, искажения восприятия потребителями товаров, работ и услуг.

Недобросовестная конкуренция в виде введения в заблуждение в сфере закупок совершается посредством предоставления недостоверных сведений с целью победы на торгах. В данном случае в заблуждение вводятся не потребители, а закупочная комиссия (заказчик) и иные участники закупки. Тем не менее, правонарушитель приобретает конкурентные преимущества, используя противоправные методы достижения победы на торгах. Недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение зачастую связана с видами недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности (ст.ст. 14.5, 14.6 Закона о защите конкуренции). Распространенным правонарушением является введение в заблуждение в

отношении наименования места происхождения товара. Значительное число нарушений также осуществляется посредством недостоверной рекламы.

В параграфе 2 «Прямая и косвенная дискредитация конкурентов» проанализировано две формы недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации: недобросовестная конкуренция путём дискредитации (прямая дискредитация) и недобросовестная конкуренция в форме некорректного сравнения (косвенная дискредитация).

Специальный запрет дискредитации, как вида недобросовестной конкуренции, исторически основывался на применении норм частного права о защите деловой репутации отдельных субъектов, выступающих конкурентами по отношению друг к другу, но впоследствии сформировался в качестве специального антимонопольного запрета.

Автор приходит к выводу, что прямая дискредитация в виде распространения недостоверных сведений о конкуренте и его товарах (работах, услугах) и косвенная дискредитация в виде некорректного сравнения товаров (работ, услуг) с товарами добросовестного конкурента причиняют не только убытки и вред деловой репутации отдельным лицам – добросовестным конкурентам, но также вред конкурентным отношениям на рынке, неопределенному кругу потребителей, создавая дисбаланс на рынке за счет ограничения оборота товаров (работ, услуг), отсутствия возможности получения дохода субъектами предпринимательской деятельности, искажения восприятия потребителями товаров, работ и услуг.

Общим для обеих форм дискредитации (прямой и косвенной) является получение неправомерного преимущества в предпринимательской деятельности путем создания ложного превосходства недобросовестного конкурента в результате распространения им недостоверных сведений, способных причинить убытки, а также нанести вред деловой репутации. Различие между указанными формами дискредитации состоит в способе распространения недостоверной информации (путем непосредственного

распространении недостоверных сведений либо посредством некорректного сравнения).

В параграфе 3 «Недобросовестная конкуренция, связанная с незаконным получением и использованием информации, составляющей охраняемую законом тайну» рассмотрена сущность недобросовестной конкуренции, совершаемой посредством неправомерного получения, использования, разглашения охраняемой законом информации.

Автор приходит к выводу, что специальный запрет на незаконное получение, использование, разглашение охраняемой законом тайны в сфере предпринимательской деятельности, в качестве вида недобросовестной конкуренции, исторически был основан на применении норм частного права о защите охраняемой законом конфиденциальной информации (в частности, коммерческой тайны, служебной тайны) в сфере предпринимательской деятельности, но приобрел характер специального антимонопольного запрета, направленного на защиту конкуренции и неопределенного круга потребителей.

Совершение данного вида недобросовестной конкуренции создает у хозяйствующего субъекта-конкурента необоснованные конкурентные преимущества в виде неправомерного доступа, получения, использования, распространения конфиденциальной информации, принадлежащей как добросовестному конкуренту, так и иным лицам, что обеспечивает недобросовестному конкуренту победу на рынке. При этом незаконное получение, использование, разглашение конфиденциальной информации нарушает права и законные интересы отдельных конкурентов и иных лиц, обладающих конфиденциальной информацией, а также наносит вред конкуренции и неопределенному кругу потребителей посредством ограничения оборота товаров, работ и услуг, объектов инновационной деятельности, искажения рыночных цен.

Одной из проблем, возникающих в корпоративных отношениях, является предоставление информации участнику, связанному с конкурентом.

Судебная практика демонстрирует конфликт между правом участника на получение информации и риском использования этой информации в недобросовестной конкуренции.

Глава 3 «Меры правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности» состоит из двух параграфов.

Автором рассмотрены превентивные меры правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности, предложено их деление на две группы, проанализированы виды юридической ответственности за недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности.

В параграфе 1 **«Превентивные меры, применяемые в рамках правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации»** автором предложено деление превентивных мер правовой защиты от недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации в сфере предпринимательской деятельности, на две группы: 1) меры, применяемые антимонопольным органом: а) выдача предостережения конкурирующему субъекту о недопустимости совершения недобросовестных действий (бездействия) на рынке, содержащихся в его публичном заявлении; б) выдача предупреждения конкурирующему субъекту о прекращении действий (бездействия), содержащих признаки рассматриваемого нарушения, в том числе предупреждений о прекращении распространения недостоверной информации, замене ее достоверной и документально подтвержденной информацией; в) адвокатиrowание конкуренции путем создания антимонопольным органом информационных условий соблюдения требований добросовестной конкуренции в сфере использования информации; 2) меры, применяемые хозяйствующими субъектами-

конкурентами: а) включение в кодексы деловой этики (рекламной практики) условий о недопущении неправомерного использования информации в конкурентных отношениях на отдельных рынках; б) разработка системы мероприятий антимонопольного комплаенса для недопущения недобросовестных приемов и методов конкуренции путем распространения информации (в том числе в рекламе); в) установление и обеспечение режима коммерческой тайны для защиты охраняемой информации от недобросовестных конкурентов, в том числе разработка и внедрение необходимого программного обеспечения, дифференцирующего доступ отдельных работников хозяйствующих субъектов к коммерческой тайне.

В параграфе 2 «Виды юридической ответственности за недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации» дано понятие юридической ответственности, установлено, что за недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации, а также за нарушение законодательства о рекламе предусмотрены гражданско-правовая и административная ответственность. За недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации, также возможно применение так называемой антимонопольной ответственности в виде обязанности перечислить по предписанию антимонопольного органа в федеральный бюджет доход, полученный от указанного правонарушения на основании части 3 ст. 51 Закона о защите конкуренции. За нарушение законодательства о рекламе такая антимонопольная ответственность не предусмотрена.

Автор полагает необходимым разграничивать юридическую ответственность за недобросовестную конкуренцию путем дискредитации, введения в заблуждение и некорректного сравнения и за недобросовестную конкуренцию, совершаемую путем незаконного получения, использования, разглашения информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну. Поскольку нарушения, связанные с незаконным

получением, использованием, разглашением охраняемой законом тайны, являются наиболее опасными для хозяйствующего субъекта-конкурента, дезорганизуют его деятельность в отличие от иных видов недобросовестной конкуренции в сфере информации, представляется целесообразным применение более строгих административных санкций в виде штрафов за нарушение ст. 14.7 Закона о защите конкуренции.

В заключении представлены выводы, к которым автор пришел в результате исследования.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ НАУЧНЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности:

1. Заглядина Я.А. Введение в заблуждение как вид недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации // Право и экономика. 2024. № 11 (441). С.54-57. 0,45 п.л. (двухлетний импакт-фактор журнала по РИНЦ 0,372).

2. Заглядина Я.А. Генезис правового регулирования противодействия недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации // Евразийский юридический журнал. 2024. № 10 (197). С. 192-194. 0,50 п.л. (двухлетний импакт-фактор журнала по РИНЦ 0,129).

3. Заглядина Я.А. Дискредитация как вид недобросовестной конкуренции, связанной с неправомерным использованием информации // Право и экономика. 2024. № 10 (440). С. 65-68. 0,4 п.л. (двухлетний импакт-фактор журнала по РИНЦ 0,372).

4. Заглядина Я.А. Юридическая ответственность за

недобросовестную конкуренцию, связанную с неправомерным использованием информации // Евразийский юридический журнал. 2024. № 9 (196). С. 240-242. 0,55 п.л. (двухлетний импакт-фактор журнала по РИНЦ 0,129).