

УДК 339.137

*Тикин В. С., доцент, к. э. н., кафедра экономической теории
Марийский государственный университет*

КОНКУРЕНЦИЯ ВСЕГДА НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ

Многочисленные попытки дать определение недобросовестной конкуренции не достигли поставленной цели. По мнению автора статьи, конкуренция в рыночной экономике недобросовестна по своей сути.

Парижская «Конвенция по охране промышленной собственности» 1883г. понимает под недобросовестной конкуренцией «всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах», действия или утверждения, «способные дискредитировать предприятие» (конкурента) или «ввести в заблуждение общественность». [Парижская «Конвенция по охране промышленной собственности» от 20.03.1883 (в ред. от 02.10.1979)].

В большинстве стран Европы и Америки основная задача антимонопольного органа — контроль за отношениями, влияющими на конкуренцию на рынке. Специальные законы о недобросовестной конкуренции были изданы в некоторых странах уже давно: в Германии — в 1909г., в Греции — в 1914г., в Венгрии — в 1923г. Сегодня во всех высокоразвитых странах существует система законодательства об экономической конкуренции, состоящая из антимонопольных законов и законов, обеспечивающих защиту от недобросовестной конкуренции. Действует и сеть органов (судов, ведомств и т.д.), контролирующих их исполнение. Само законодательство очень подвижно и связано с экономическим положением страны.

В современных условиях заключение международных соглашений приводит постепенная унификация норм и принципов

права, как напрямую, так и косвенно влияющих на конкуренцию хозяйствующих субъектов. Как результат, любая оценка эффективности мер противодействия недобросовестной конкуренции и мер антимонопольного регулирования должна происходить при сопоставлении их с результатами в зарубежной практике регулирования рыночной конкуренции.

Существующую в зарубежном законодательстве нечеткость определений и отсутствие понятия недобросовестной конкуренции, с которым соглашаются все, стараются компенсировать судебной практикой, обобщающей многолетний опыт, создавая определенные подходы к оценке действий хозяйствующих субъектов в процессе конкуренции.

Но, по мнению западных специалистов в области конкурентной разведки, фирмы, прибегающие к промышленному шпионажу, неконкурентоспособны, переживают трудности, не обладают достаточным интеллектуальным или финансовым потенциалом. Следовательно, методы обеспечения превосходства в конкурентной борьбе для фирмы наиболее важны и для победы неважно, как достигнута победа — победителей не судят.

В современных условиях важна борьба с недобросовестной конкуренцией, которая приобрела разнообразные фор-

мы из-за отсутствия законов, требующихся для регулирования конкуренции. Распространение методов недобросовестной конкуренции подрывает основы экономики и способствует внедрению в отношения между хозяйствующими субъектами нерыночных методов борьбы.

Следовательно, эффективная защита от недобросовестной конкуренции — основа для работы рыночной экономики, что одновременно требует обобщения опыта борьбы с недобросовестной конкуренцией и навыков применения такой борьбы.

Традиционно выделяют две модели регулирования рыночной конкуренцией: американскую и европейскую. В американской модели законодательство, направленное на запрет монополий, включает ряд норм о недобросовестной конкуренции. В европейской модели законодательство, обеспечивающее контроль над монополиями и направленное на борьбу со злоупотреблениями монополистического характера, сосуществует с законодательством о недобросовестной конкуренции.

Для России правовое регулирование недобросовестной конкуренции является достаточно новым. Поскольку проблема не была разработана, каждый понимал под понятием недобросовестной конкуренции что-то индивидуальное и свое. Первые законодательные определения недобросовестной конкуренции в России содержались в Законе РСФСР от 24.12.1990 № 443-1 «О собственности в РСФСР» (п. 9 ст. 2) и в действовавших на территории РФ Основах гражданского законодательства Союза ССР и республик (п. 3 ст. 5).

Понятие недобросовестной конкуренции появилось в законодательстве Российской Федерации после принятия Закона РСФСР от 22.03.1991 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». В ст. 10 Закона устанавливался запрет на недобросовестную конкуренцию, содержание которой раскрывалось через

примерный перечень форм недобросовестной конкуренции.

С принятием Конституции Российской Федерации в 1993 г. запрещение недобросовестной конкуренции получило закрепление на конституционном уровне. Статья 8 Конституции закрепляет свободу экономической деятельности, а в силу п. 2 ст. 34 Конституции РФ не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.

В первоначальной редакции Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» содержалось общее условие о недопущении недобросовестной конкуренции, приводился перечень форм недобросовестной конкуренции, который оставался открытым, однако понятие недобросовестной конкуренции в нем отсутствовало до 1995 г. Оно было введено Федеральным законом от 25.05.1995 № 83-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»».

В п. 1 ст. 1 ГК Российской Федерации содержатся основные начала гражданского законодательства, закрепляющие как главное в экономике: равенство участников гражданских правоотношений; неприкосновенность собственности; свободу договора; недопустимость произвольного вмешательства кого-либо в частные дела; необходимость беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты.

Определение понятия «недобросовестная конкуренция» содержат Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», в которых нормы, касающиеся недобросовестной конкуренции, практически не

отличаются от аналогичных норм Закона о конкуренции. Новый Федеральный закон «О защите конкуренции» также имеет определение недобросовестной конкуренции.

Но для представителей широких слоев населения, стремящихся стать предпринимателями, как и для специалистов по регулированию рынка важно уметь различать добросовестную и недобросовестную конкуренцию. Без определения добросовестной и недобросовестной конкуренции невозможно регулировать рыночную конкуренцию и определять нарушителей действующего законодательства. Правильное (юридически точное) разделение конкуренции на добросовестную и недобросовестную имеет огромное, и теоретическое, и практическое, значение.

Изменившиеся со дня введения Закона «О конкуренции и ограничения монополистической деятельности на товарных рынках» условия деятельности субъектов рынка, а также накопленный опыт регулирования недобросовестной конкуренции требуют внесения дополнений и уточнений анализируемой категории не только со стороны права, но и непосредственно стороны экономической. Существующая потребность в совершенствовании правового регулирования защиты от недобросовестной конкуренции требует определения как «здоровой конкуренции», так и «недобросовестной конкуренции» для прояснения ситуаций и избегания неточностей.

Положения о недобросовестной конкуренции в российском законодательстве разработаны с учетом опыта международного правового регулирования в данной сфере, осуществляемого на основе ст. 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883г., участником которой является Российская Федерация как правопреемник СССР. Однако, несмотря на довольно большой массив научных работ, появившихся в России

в последние годы и посвященных исследованию проблем монополизма и конкуренции на товарных рынках, вопросы, касающиеся недобросовестной конкуренции, рассмотрены лишь фрагментарно.

Основная трудность разделения добросовестной и недобросовестной конкуренции заключается в отнесении ее к законодательно послушной или, наоборот, к нарушающей законодательство. Недобросовестная конкуренция может определяться лишь с учетом интересов всех сторон, участвующих в операциях на рынке.

Современная трактовка понятия недобросовестной конкуренции дается в ст. 4 Закона: *«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».*

Принято считать, что приведенное определение содержит общие для всех форм недобросовестной конкуренции, признаки противоправного деяния. Но для квалификации тех или иных действий хозяйствующих субъектов как акт проявления недобросовестной конкуренции важно установить все признаки, которые характеризуют недобросовестную конкуренцию. Совершенно недостаточно, чтобы эти действия нарушали действующее законодательство, или не соответствовали обычаям делового оборота и т. д., но *одновременно* содержали в себе следующие признаки или условия:

- во-первых, это активные действия, направленные на приобретение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов, что

непосредственно вытекает из смысла их существования;

- во-вторых, действия должны противоречить положениям действующего законодательства и одновременно поведенческим правилам, т.е. сформулированным (приведенным) в Законе «обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости»;

- в-третьих, указанные действия должны либо иметь негативные последствия для хозяйствующих субъектов-конкурентов в виде причинения убытков или нанесения ущерба их деловой репутации, либо обладать такой потенциальной возможностью.

Необходимым условием недобросовестной конкуренции является взаимодействие хозяйствующих субъектов на одном товарном рынке, т.е. соперничество на рынке одного товара, либо взаимозаменяемых товаров. Но приведенные условия никак не формулируют достаточное условие существования недобросовестной конкуренции.

Следовательно, существующее определение нельзя признать жестким, позволяющим полностью определять недобросовестную конкуренцию, в любом случае. В результате, не существует базовое для конкуренции понятие, дающее свободное использование его для правоприменения и наказания нарушителей законодательства. Однако в настоящее время не существует норм закона о конкуренции, определяющих недобросовестную конкуренцию, которые были бы достойными конкурентами тем нормам, которые сейчас уже существуют.

Принятый Закон «О защите конкуренции» предполагает, что соперничество в среде предпринимателей может осуществляться как на добросовестных началах, добрых обычаях делового оборота, так и вестись такими методами, которые наносят вред другим предпринимателям, пот-

ребителям и всему обществу в целом. В последнем случае речь идет о недобросовестной конкуренции и монополистической деятельности. Следовательно, эффективное развитие рыночного соперничества и свободы предпринимательства предполагает наличие добросовестных («цивилизованных») отношений между конкурирующими производителями, соблюдение ими определенных рамок и границ поведения.

Но такое определение и понимание добросовестной конкуренции характерно для всего общества. С точки зрения отдельного предпринимателя конкуренция, даже добросовестная, нечто совсем другое. В массовой печати встречается выражение «требуется здоровая конкуренция». Но что такое «здоровая конкуренция»? Если принять утверждение, что конкуренция в широком значении этого слова существовала всегда, то следует признать, что в современных условиях изменились методы, а не формы конкуренции.

Условия экономического соперничества содержатся в законодательстве, регулирующем конкуренцию на рынках страны, в виде правовых норм, ограничивающих деятельность отдельных предпринимателей и создающее условия для формирования недобросовестной конкуренции. Все правовые нормы, регулирующие рыночную конкуренцию, тесно взаимосвязаны и имеют целью обеспечение эффективного функционирования экономики.

Для победы хозяйствующего субъекта в экономическом соперничестве чаще всего требуются любые нарушения, которые упоминаются, как в Уголовном кодексе, в котором определены виды правонарушений, так и в Гражданском кодексе, в котором определяются правила поведения хозяйствующих субъектов.

Целью конкуренции является получение долгосрочного конкурентного преимущества, обеспечивающего конкурентоспособность товаров или услуг производителя, позволяющая вытеснить соперни-

ка с рынка. Чаще всего именно на таком положении останавливаются изложение процесса конкуренции. Но вытеснить конкурента с рынка, значит, экономически уничтожить его.

Предпринимателя, фирма которого неудачно движется в рыночном потоке, не интересуют правила добросовестной конкуренции, его вперед подталкивает прежде всего стремление как можно активнее противодействовать более удачливому конкуренту, выбирая любую тактику, лишь бы она привела его к победе.

Следует отметить, что конкуренция движется чувством зависти к успехам своего конкурента. Однако реакция на чужой успех может быть как позитивной, так и негативной. Позитивная реакция человека возможна лишь в случае, если успех другого не ущемляет его самого. Если успех соперника сопровождается личными потерями, неважно какого свойства, следует ожидать лишь негативной реакции, которая может сопровождаться действиями, обеспечивающими, либо возврат на исходные позиции, либо получение преимуществ, ради которых и ведется соперничество.

Тактика выведения конкурента из равновесия, из его уверенного движения к победе, будет выбираться любая — «подсиживание», провоцирование ошибки, которую можно использовать в своих интересах, применение обмана, стремление подставить противника через сбор компромата на конкурента и т.д. Но в любом случае, это будет тактика собственных активных действий для достижения поставленной цели, но не стремление найти свой собственный наиболее рациональный, умный ход с позиций экономики. Именно приведенный перечень методов достижения собственной цели, далеко не полный, характеризует недобросовестную конкуренцию.

Цель недобросовестной конкуренции — остановить конкурента, помешать ему по-

лучить преимущество запрещенными методами или точнее, почти запрещенными, так как законом часто не упоминаются, не перечисляются многие методы обеспечения превосходства.

Поэтому можно сделать вывод, что реакция предпринимателя характеризуется, прежде всего, различными ответами на внешнее воздействие, как на руководителя (руководство) фирмы, так и непосредственно на фирму. И ответная реакция, как понятно, не является проявлением благородства. Рациональность поведения в таком случае будет пониматься как любая тактика достижения победы, в которой не учитываются моральные, нравственные нормы, или, что становится более популярным выражением, христианские представления. Система ценностей поведения предпринимателя пересматривается, как бы переворачивается с точки зрения рядового гражданина. Известно, что чувство достижения победы может приводить как к позитивной мотивации, так и к негативной. В конкуренции мотивация поведения предпринимателя однозначно становится негативной.

К основным чертам недобросовестной конкуренции (поведения предпринимателей) следует относить стремление добиться успеха в соперничестве не за счет своих собственных достижений, а путем незаконного использования либо результатов деятельности конкурента, либо каких-либо мер воздействия, как непосредственно на фирму-конкурента, так и на окружающую среду, чаще всего ложными или вводящими в заблуждение утверждениями.

Из текста Закона вытекает, что нарушение существующих правил поведения руководителями (менеджерами) хозяйствующих субъектов при осуществлении экономической деятельности является актом недобросовестной конкуренции. Юридическое содержание терминов «добропорядочность», «разумность», «справедливость» ни в каком документе не раскры-

вается, а термины, используемые для формулировки закона, относятся к сфере морали, а не права. Но любые нормы, в том числе и в области морали, неизбежно меняются с течением времени. То, что высоко морально в современных условиях, являлось безнравственным еще совсем недавно. Следует помнить о том, что люди, составляющие современный класс собственников, не поддерживали господствующую в СССР мораль, иначе они бы никогда не стали теми, кем сейчас являются. Следовательно, сохранять сложившиеся обычаи делового оборота они просто не умеют, так как таковых просто не существовало.

Важно учитывать, что существующее понятие «добропорядочности» и «справедливости» не что иное, как отражение морально-этических принципов общества, которые могут резко отличаться друг от друга не только в различные времена в разных странах, но и внутри одной страны, например, среди представителей разных религий.

Действия, противоречащие требованиям разумности, т. е. нецелесообразные, означают действия, совершаемые под действием альтруистических мотивов как не преследующих получение прибыли, что для поступков, совершаемых предпринимателями, никак не характерно. Разумность для предпринимателя лишь одна — получение прибыли.

Действия, противоречащие требованиям добропорядочности, без определения понятия «добра», более привычные при использовании слова «добрый», невозможно определить, но давно известно, что с одной стороны может быть добрым, с другой — представлять большое зло.

Понятие справедливости не является некоторой абстрактной универсальной константой. Это понятие основывается на национальных традициях, имеет глубинные духовные и религиозные корни. Каждый народ понимает справедливость по-разному,

в соответствие со своим духовным архетипом. Для шведов безоговорочное принятие японских или итальянских представлений о справедливости есть нечто несправедливое. То же самое относится как к русским, так и к другим народам.

В качестве примера правил поведения, принятых в добросовестной предпринимательской деятельности и закрепленных в документе, можно привести хартию бизнеса России, принятую в 1995 г. на втором конгрессе российских предпринимателей. Но выполнение хартии анализируется крайне недостаточно, а информация о «черных» рейдерах и других «черных» хозяйствующих субъектах регулярно появляется на страницах периодических журналов и газет.

Ссылки на обычаи делового оборота, добропорядочность, разумность и справедливость при определении понятия «недобросовестная конкуренция» связывают действия хозяйствующего субъекта лишь с этикой предпринимательства. Что окажется сильнее при принятии решений для предпринимателя — нравственные мотивы (не получение прибыли) или, наоборот, получение прибыли, что неизбежно ведет его к принятию безнравственных решений?

Действия не только действующего, но и потенциального конкурента, предшествующие его вхождению на рынок, могут противоречить требованиям соответствующего поведения, предоставлять ему выгоду или причинять вред лицам, уже осуществляющим экономическую деятельность на этом рынке. Использование подкупа государственных служащих обеспечивает победу в соперничестве, но определяется обществом как недобросовестная конкуренция.

Неэкономические способы достижения победы в экономическом соперничестве, например неправомерное использование результатов деятельности другого хозяйствующего субъекта и (или) оказания влияния на потребительский спрос вводящими

в заблуждение утверждениями, являются методами недобросовестной конкуренции.

Например, можно успешно избавиться от конкурента или, по крайней мере, серьезно подорвать его деловую репутацию, направив («натравив») на него активные действия антимонопольного органа.

Главной чертой поведения хозяйствующего субъекта, определяемой как нечестной, является попытка хозяйствующего субъекта добиться преимущества в рыночном соперничестве за счет привлечения внешних по отношению соперничающих сторон третьих сил. В стороне остаются чисто экономические методы — повышение качества и снижение себестоимости, и, соответственно, цены своего товара.

Но отношения, связанные с *недобросовестной конкуренцией*, на конкуренцию, по существу, никак не влияют, так как не являются проявлением неэтичных форм поведения. Конкурентные действия, в принципе, не должны приводить к устранению конкурентов с рынка, к недопущению появления на рынке новых хозяйствующих субъектов, так как лишь переводят существующую конкуренцию в недопустимые рамки.

В определении понятия «недобросовестная конкуренция» упоминаются требования добропорядочности, разумности и справедливости. Использование таких критериев для оценки добросовестности конкуренции связано с принципом «доброй совести», который ведет свое происхождение от римской формулы *bona fides*. В приводимом определении «недобросовестной конкуренции» используются такие трудно определяемые термины, как «обычаи делового оборота», «добропорядочность», «разумность», «справедливость», содержание которых не раскрывается в российском законодательстве. В п. 3 ст. 10 ГК РФ устанавливается презумпция разумности и добросовестности участников гражданских правоотношений для тех случаев, когда закон ставит защиту гражданских прав в зависи-

мость от разумности и добросовестности осуществления этих прав.

Согласно ст. 5 ГК РФ, под обычаем делового оборота признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе. Следовательно, понятие «обычай делового оборота» применяются при анализе действий хозяйствующих субъектов, если отношения сторон не определены нормами законодательства и условиями договора между ними.

Одновременно п. 2 ст. 6 ГК РФ установлено, что при невозможности использования аналогии закона права, обязанности сторон определяются исходя из общих начал и смысла гражданского законодательства, а также требований добросовестности, разумности и справедливости.

В п. 3 ст. 10 ГК РФ делается указание на разумность и добросовестность действий участников гражданских правоотношений в ситуациях, когда закон ставит защиту гражданских прав в зависимость от того, осуществлялись ли эти права разумно и добросовестно.

В России в годы «социалистического строительства» полностью отсутствовала официальная предпринимательская деятельность, все навыки правил и обычаев делового оборота, в том числе этические нормы по ведению бизнеса, оказались утерянными.

Однако может сложиться ситуация, когда девиация (отклонение) в сфере экономической деятельности будет возведена в степень нормы, а традиционные нравственные императивы подменены суррогатами, взращенными на воровской и иной морали преступного мира и теневой экономики. Еще полвека назад на эту связь и ее особое значение обращал внимание американский криминолог Э. Сатерленд: «Правила морали кристаллизуются в за-

коне, и каждый акт исполнения закона содействует укреплению морали. Законы, действующие относительно людей в белых воротничках, скрывающие преступный характер их деятельности, менее эффективны в укреплении норм морали, чем другие законы»¹.

Борьба за настоящее — самый кровавый вид борьбы. В такой ситуации даже неэкономисты, занимающиеся проблемами общества, привлекают эволюционную теорию для объяснения происходящих процессов. Первым постулатом является существование постоянной социальной конкуренции. Вторым — в конкуренции выживают типы, изначально ориентированные на борьбу, а не на гармонию с окружающим миром. Поэтому важно разобраться в вопросе, какова мотивация поведения в конкурентной, конфликтной ситуации, выяснить, что такое добросовестная конкуренция.

Грань между законопослушным (непреступным) и делинквентным (преступным) поведением здесь очень тонка, размыта. Преступив ее, преступник может рассчитывать на получение незаконной, но ощутимой материальной выгоды, а принцип неотвратимости наказания здесь (как показывает практика стран с развитой рыночной экономикой) реализуется слабо. Конечно, если нужно отбить покупателей у конкурентов. Очень важно правильно выбрать место для вашего предприятия. Неприветливо немецкий учебник по экономике предприятия начинается именно с этого вопроса². Но любые действия подобного рода не должны переходить действующего законодательства. Но как уже показано ранее, такие планы без нарушения действующий положений невозможны.

Поэтому добросовестная конкуренция, по крайней мере, выгодна в любом случае

¹ Социология преступности. — М., 1966. С. 59.

² Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. — М.: Изд. «Финансы и статистика», 1996.

лишь для общества, тем более что на первых этапах пока тебя не поймали за руку, недобросовестно конкурировать значительно дешевле. Есть самые разные формы, достаточно изощренные. Сегодня, как ни странно, проблема недобросовестного конкурирования на многих рынках становится не менее тяжелой, чем проблема злоупотребления доминирующим положением. В реальной экономике это проявляется в преодолении неэкономических методов борьбы в сфере конкурентного взаимодействия, таких как использования административного ресурса, различного рода силовых методов, включая откровенно криминальные.

Добросовестная конкуренция — соперничество по установленным правилам, игра под наблюдением зрителей и судей. К такому соперничеству стремится весь «цивилизованный» мир, а конкуренция носит имя «благородной». Именно в данном случае конкуренция является характеристикой процесса. Но даже в такой игре постоянно наблюдаются недоброкачественные приемы, обеспечивающие победу. Что же в таком случае происходит в экономике, если наблюдать за экономическими процессами значительно труднее, чем за спортивной игрой. Поэтому участники конкурентной борьбы неизбежно вынуждены выходить из законодательного правового поля, чтобы обеспечить свое существование.

Если целью добросовестной конкуренции является — получение долгосрочного конкурентного преимущества, обеспечивающего конкурентоспособность товаров или услуг производителя, то цель недобросовестной конкуренции — остановить конкурента, помешать ему получить сиюминутное конкурентное преимущество.

Но, если добросовестная конкуренция способна уничтожить соперника, то она неизбежно вызовет реакцию, ведущую к адекватному ответу для конкурента, приводящего к одному результату — уничтожению инициатора борьбы. Участники рынка прин-

ципиально не однородны — по масштабам деятельности и характеру деловых стратегий. И на любом рынке существуют ведущие участники [*leading market sellers*].

Однако «у конфликтологов существует понятие «честная борьба», при которой подразумеваются такие методы, используя которые участник и инициаторы борьбы не ставят целью ликвидацию организации и не помышляют (не принимают) действий, приводящих к уничтожению»³. Поэтому требуется припомнить, что понятие конкуренции ранее означало лишь уничтожение противника.

Следовательно, положение с требованием честной борьбы никак не подходит к конкуренции. Проигрыш в «честной» (благородной) борьбе требует и благородной смерти, да же если она всего лишь экономическая. Но умирать с «благородной миной» на лице трудно, если не сказать невозможно, если в твоей смерти виноват вполне конкретный человек (фирма, которую он возглавляет или которой владеет). Следовательно, борьба за жизнь принимает «нечеловеческие» формы, становится нечестной даже против воли и желания участников.

А когда тебя ставят перед фактом, что ты конкурируешь с кем-либо, то здесь уже не до правил. Здесь начинается война. Ты оцениваешь свои возможности, возможности конкурента и начинаешь «давить» на самые слабые точки у конкурента. Потом пытаешься изменить правила так, чтобы твои слабые стороны либо не затрагивались, либо стали сильными. Тем более что внутренняя конкуренция очень часто сопряжена с понятием «зоны смерти». А тут уж «на войне как войне» и не до соблюдения этики, и не до Кодекса чести. Следовательно, борьба за жизнь принимает «нечеловеческие» формы, становится

с нечестной даже против воли и желания участников.

Трудно себе представить войну, если бы обе стороны твердо знали, чем она кончится. Именно такой войной и предстает современная рыночная конкуренция. Следовательно, конкуренция есть продолжение политики экономических агентов недоброкачественными методами. Деловая стратегия является индивидуальным делом каждой отдельной компании (даже если между стратегиями обнаруживается масса сходных элементов). Таким образом, правила поведения на рынке и, следовательно, характер конкурентной ситуации зависят не только от экономических, но также от политических и культурных условий, в которые осуществляются рыночные взаимодействия.

В результате «нынешняя коммерческая конкуренция грозит вызвать по меньшей мере такую же ужасную гипертрофию упомянутых побуждений, какую у внутривидовой агрессии вызвало военное состояние людей каменного века»⁴.

По общему признанию, «нечистая (*impure*) конкуренция» — более подходящее название, чем «несовершенная конкуренция», в отношении того, что отсутствие совершенного знания, согласно Чемберлину, все же может сделать фирму чистым конкурентом, столкнувшись с той ценой, по которой он может продать все, что угодно, но «нечистая конкуренция» звучит подозрительно, а «монопольно-полистическая конкуренция» звучит зловеще, и поэтому мы находим наиболее подходящим название «несовершенная конкуренция». Очень точно русское слово «нечистая» конкуренция выражает ее смысл.

Как отмечается в работе Л.Е. Гукасяна: «Однако, во-первых, недобропорядочные, неразумные и несправедливые дейст-

³ Соловьев А. Почему забастовки порой заканчиваются банкротством предприятий//Человек и труд. 1997. №9. С. 66-68.

⁴ Лоренц Агрессия (так называемое «зло»)/Пер. с нем. — М.: ИГ «Прогресс», «Универс», 1994. С. 241.

вия, относящиеся к действиям, нарушающим преимущественно этические нормы поведения, способны причинить вред конкуренту, не обязательно всегда нарушая его права. Во-вторых, нарушение поведенческих правил может причинить вред конкуренту, нарушая при этом права третьих лиц, в том числе контрагентов. В-третьих, вред конкуренту может быть причинен и вследствие нарушения охраняемых законом его законных интересов. Первое возможно, например, в случаях злоупотребления правом, второе — в случаях, когда, например, нарушаются права потребителей или иных контрагентов путем, в частности, введения их в заблуждение, а отрицательные последствия наступают также и для конкурирующих с нарушителем лиц вследствие потери части клиентуры. Третье — при использовании репутации другого субъекта экономической деятельности или положительных свойств его товаров в отношении других товаров, не являющихся взаимозаменяемыми с товарами этого субъекта»⁵.

В принципе, признание недобросовестной конкуренции как ее нечестной формы уже существует. Например, в работе, посвященной проблемам недобросовестной конкуренции, указывается: «Норм законодательства о защите от недобросовестной конкуренции, целью которого является создание препятствий для нечестных форм конкуренции»⁶. Там же можно встретить утверждение, что недобросовестная конкуренция проявление недозволенных методов конкурентной борьбы.

Аналогичную позицию занимает В. И. Еременко, который выделяет в качестве субъективной стороны недобросовестной конкуренции как умысел, так и нео-

сторожность. В. И. Еременко отмечает, что субъективная сторона проявления недобросовестной конкуренции, согласно законодательному определению недобросовестной конкуренции, характеризуется умышленными действиями⁷.

При оценке действий хозяйствующих субъектов, которые оцениваются самими предпринимателями лично как непорядочные, конкуренция уже не может считаться добросовестной. Но чтобы избежать проявлений недобросовестной конкуренции, требуется прекратить занятия бизнесом, перестать вообще где-либо и что-либо делать в качестве хозяйствующего субъекта. Предприниматели чаще всего решают собственные проблемы методами, порицаемыми законопослушным населением.

Теоретическое обоснование действия механизмов свободной конкурентной борьбы может лишь формировать законодательные основы поведения предпринимателя, но регулировать поведение нечестного предпринимателя уже не может.

Осуществляемый анализ процессов конкуренции приводит к неоднозначным результатам. В итоге, для понимания сущности недобросовестной конкуренции, а также ее последствий, требуются дальнейшие теоретические разработки юристов, экономистов, психологов по проблемам этики предпринимательства.

Когда борьба по ряду обстоятельств становится борьбой «без правил», начинается беспокойство общества. Наличие предпосылок и причин существования и распространения недобросовестной конкуренции влечет необходимость государственного вмешательства с целью их ослабления и нейтрализации, а также создания условий для добросовестного соперничества посредством применения мер экономического и внеэкономического ха-

⁵ Гукасян Л.Е. Пути совершенствования отечественного законодательства по защите от недобросовестной конкуренции//Экономика и законодательство. 2004. №5.

⁶ Гукасян Л.Е. Там же.

⁷ Еременко В. Особенности пресечения недобросовестной конкуренции в Российской Федерации/Адвокат. 2000. №7. С. 9.

рактера, оказывающих косвенное влияние на преодоление недобросовестной конкуренции.

Следовательно, конкуренция — это состояние конфликта между участниками процесса, в том числе сотрудниками одной фирмы, в котором учитываются усилия участников, направленные не на игру и соревнование, а на войну. Другими словами, конкуренция — состояние войны, а не СОСТЯЗАНИЯ, а конкурентная ситуация, постоянно возникающая на рынке, — продукт эволюции хозяйственных институтов. Она состоит в извлечении прибыли, получении экономической, материальной выгоды, либо конкуренция — это борьба за максимальное обладание каким-либо объектом с перехватыванием доступа к нему другим.

Достижение этих целей может впоследствии привести и к экономическому успеху, но на него непосредственно эти действия не направлены. В свою очередь, экономически ориентированная конкуренция преследует откровенно экономические цели (повышение прибыли, снижение издержек, завоевание и расширение рыночной ниши), но может осуществляться неэкономическими методами, не основанными на превосходстве в эффективности. Поэтому «Господь заранее знает, кто будет избран, а кто проклят, но успех в своей профессии есть указание на то, что мы пребываем в числе избранных»⁸.

В конечном итоге, для окончательной победы в рыночном соперничестве требуется, либо хороший снайпер, либо хороший взрывник, которые уничтожат того, кто умнее, но старается придерживаться определенных норм и действующего законодательства. Поэтому любая конкуренция, по определению, является недобросовестной.

⁸ Бродель Ф. Игры обмена. [Текст] В 3 т. Т. 2. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV — XV111 вв. М.: Прогресс, 1988. С. 576.

Все недобросовестные действия, безусловно, не совершаются случайно и носят *умышленный характер*. Если умысел хозяйствующего субъекта через структуру суда бывает доказать очень сложно, для чего требуется оценивать его деятельность, исходя из всей совокупности признаков, составляющих понятие недобросовестной конкуренции, то теоретически логика вывода такого поведения достаточно проста.

Любая деятельность предпринимателя, направленная на получение прибыли, преследует цель сокращения прибыли других предпринимателей, так как поведение хозяйствующих субъектов — борьба за деньги потребителя. Следовательно, поведение любого предпринимателя направлено на ущемление интересов других предпринимателей, т. е. на нанесение им ущерба.

Закон о конкуренции решил далеко не все проблемы. Если принятый закон — закон прямого действия, это означает, что в этом законе требуется прописать абсолютно все. Но здесь надо просто согласиться с тем, что это невозможно сделать.

По этому Закону многие компании могут быть обвинены в недобросовестной конкуренции. Но монополистов на рынке от этого меньше не станет. Никакой консультацией невозможно предотвратить недобросовестной конкуренции.

Если соревнование при определенных условиях способно перерасти в конкуренцию, то под добросовестной конкуренцией следует понимать спортивное соревнование, проводимое под наблюдением множества судей, (а не только одного антимонопольного органа), чего невозможно добиться в реальной экономической жизни. Одновременно в экономике невозможно найти равных по силам соперников, которые в своей борьбе между собой придерживаются Кодекса чести.

В результате напрашивается вывод о невозможности установления экономи-

ческих условий для достижения «здоровой конкуренции».

Как следствие высказанных положений следует сделать вывод о том, что добросовестная конкуренция между фирмами за деньги потребителя невозможна, даже, если за соблюдением условий постоянно наблюдает соответствующий властный орган. На практике противоречия между компаниями (нередко порождаемые амбициями их лидеров) часто возобладают над общим интересом ради усиления собственных позиций. Договориться между собой удастся далеко не всегда.

В результате напрашивается единственный вывод, что любая конкуренция — недобросовестна по определению. Разумеется, что предложенное определение конкуренции достаточно неожиданное, но рассмотренное в ракурсе психологических предпосылок для развития недобросовестной конкуренции, оно может быть принято в качестве исходного утверждения при рассмотрении проблем конкуренции и законодательства, касающегося поведения конкурентов. В результате, признание попытки добиться определения недобросовестной конкуренции снимает проблему по определению.

Таким образом, существующее понятие «недобросовестная конкуренция», приведенное в ст. 4 Закона о конкуренции, а также формулировки самой нормы, по ряду причин и практики применения этой нормы по приведенным выше основаниям требует устранения внутренних противоречий, изменения ключевого понятия недобросовестной конкуренции для более успешного правоприменения.

Литература

1. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. М.: Финансы и статистика, 1996.
2. Соловьев А. Почему забастовки порой заканчиваются банкротством предприятий//Человек и труд. 1997. №9.
3. Лоренц Агрессия (так называемое «зло»)/Пер. с нем. М.: Изд. группа «Прогресс», «Универс», 1994.
4. Лукасян Л. Е. Пути совершенствования отечественного законодательства по защите от недобросовестной конкуренции//Экономика и законодательство. 2004. №5.
5. Еременко В. Особенности пресечения недобросовестной конкуренции в Российской Федерации//Адвокат. 2000. №7.
6. Бродель Ф. Игры обмена. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. /В 3-х т. Т. 2. М.: Изд. «Прогресс», 1988.

Статья поступила в редакцию 10.12.2007

V. Tikin, PhD (Econ.),
associate professor, Chair of Economic Theory, Mari Republic State University

IT IS ALWAYS THE UNFAIR COMPETITION

Many attempts have been made to define the term unfair competition. They all failed. According to the author, competition in the market economy is unfair in any case.