

ПРИГЛАШАЕМ К ДИСКУССИИ

Соотношение доктринальной и легальной дефиниций конкуренции

А.Ю. КИНЁВ – начальник Управления по борьбе с картелями Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации, кандидат юридических наук, докторант Московского государственного юридического университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА)

В статье анализируются научные и легальные определения конкуренции, дается авторское определение данного понятия. Делается вывод о том, что защита конкуренции находится в основном в сфере административного законодательства.

Ключевые слова: конкуренция; дефиниция; законодательство; административное законодательство; антимонопольная политика.

The ratio of the doctrinal and legal definitions of competition

A.Y. KINEV – PhD in Law, Head of the Department for Cartel Management of the Federal Antimonopoly Service of Russia, Postgraduate of the Moscow State O.E. Kutafin Academy (MSLA)

The paper analyzes the scientific and legal definition of competition and on this basis it is proposed to the author's definition. It is concluded that the protection of competition is mainly in the field of administrative law.

Key words: competition; definition; legislation; administrative law; antitrust policy.

Под конкуренцией (от лат. concurrentia – сталкиваться) в экономических исследованиях понимается состязание между производителями (продавцами) товаров, а в общем случае – между любыми экономическими, рыночными субъектами; борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод¹. Это широкое толкование понятия «конкуренция».

В Федеральном законе от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»² (далее – Закон о защите конкуренции) рассматриваемое понятие определяется более узко – как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия

обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Различие доктринальной и легальной дефиниций конкуренции некоторые ученые берут за основу критики антимонопольного регулирования.

Так, В.В. Кизилов и В.В. Новиков отмечают, что разница между двумя определениями принципиальна. Они во многих отношениях противоположны. В первом случае (экономическая трактовка конкуренции) перед нами предстает образ энергично соперничающих людей, старающихся сделать что-то отличное от других и тем самым приобрести преимущество. Защита такой «соревновательной» конкуренции означает просто полноценную реализацию прав собственности и свободы хозяйственной деятельности. Каждый, кто желает при-

нять участие в этом соревновании, должен иметь право это сделать, хотя результат участия в соревновании, очевидно, у всех будет разным. Во втором же случае (легальное определение) ни один из игроков не может изменить ход борьбы. Идеальной конкуренцией при этом представляется продажа одинакового товара по одинаковой, общерыночной цене бесконечным количеством малых продавцов. В результате указанные исследователи делают вывод, что это не имеет ничего общего с тем, что понимается под конкуренцией³.

Следует отметить слишком упрощенное понимание конкуренции В.В. Кизиловым и В.В. Новиковым. Словари (в том числе словарь В. Даля) используют общераспространенное толкование терминов и не дают глубокого представления о научных взглядах на их сущность.

Между тем в экономической науке можно выделить два подхода к трактовке конкуренции. Первый подход – структурный, основанный на выделении характеристик товарного рынка, необходимых для поддержания конкуренции, таких как атомистичность рынка, то есть наличие достаточно большого количества продавцов, каждый из которых настолько мал, что его действия не оказывают существенного влияния на конкурентов; однородность товара, то есть полная взаимозаменяемость товара, поставляемого на рынок разными продавцами; полная информированность участников рынка о ценах, установленных всеми фирмами; равнодоступность производственных технологий для всех участников рынка; свобода входа на рынок и выхода из него⁴.

Второй подход заключается в выделении поведенческих аспектов в понятии конкуренции и концентрирует внимание на особенностях рыночной стратегии участников, которые свидетельствуют об их соперничестве друг с другом и с потенциальными конкурентами.

Безусловно, в легальном определении конкуренции отражены не все признаки этого понятия. По мнению К.Ю. Тотьева, в нем не отражено собственно юридическое содержание конкуренции⁵. Ученый считает, что с юридической точки зрения конкуренцию продуктивно рассматривать как многогранную категорию, при этом необходимо выделять следующие ее аспекты:

– конкуренция – это разновидность социального регулятора, определяющего поведение различных субъектов;

– юридической предпосылкой конкуренции служит свобода экономической деятельности;

– конкуренция способствует реализации прав потребителей (например, права на выбор товаров (работ, услуг) или на получение информации);

– конкуренция – правомерная (не запрещенная законом) автономная деятельность хозяйствующих субъектов на соответствующем рынке, целью которой является получение более выгодных условий производства и сбыта законными средствами.

Не совсем правильным является употребление в законодательстве настолько емких, как предлагает К.Ю. Тотьев, определений. Это нерационально с практической точки зрения, поскольку усложняет процесс толкования и применения легальных дефиниций.

Следует отметить, что в зарубежном законодательстве определений конкуренции не содержится, что обусловлено отмечаемой зарубежными учеными размытостью ее понятия⁶.

На наш взгляд, законодательное определение конкуренции, как и многие другие правовые нормы, содержащие легальные определения понятий, направлено на обеспечение однозначного толкования законоположений в процессе их реализации, а также на установление внутренней согласованности и непротиворечивости законодательства⁷. Посредством данного определения обозначен объект защиты, составляющей предмет правового регулирования Закона о защите конкуренции. Для данного закона понятие конкуренции имеет ключевое значение, с помощью определения этого понятия достигается общий целевой смысл нормативного акта. При этом для целей закона особую важность имеет названный структурный аспект конкуренции. По сути, законодатель создал предписание использовать термин «конкуренция» именно в определенном в законе значении.

В целом следует отметить, что богатство и глубина содержания понятия «конкуренция» осложняют задачу его определения в законе, поскольку обуславливают существование различных подходов к его восприятию. Как отмечал в свое время Гегель, «правильность даваемого определения зависит от правильности тех восприятий, которые послужили его исходным пунктом, и от точек зрения, с которых его давали. Чем богаче подлежащий определению предмет, то есть чем больше различных сторон

он представляет рассмотрению, тем более различными оказываются даваемые ему дефиниции»⁸.

Кроме понятия конкуренции заслуживают уточнения используемые в научных исследованиях и в законодательстве близкие понятия «конкурентная политика» и «антимонопольная политика».

Конкурентная политика в сравнении с антимонопольной политикой зачастую рассматривается как более широкое понятие, однако в некоторых работах они отождествляются.

Под государственной конкурентной политикой понимают последовательную систему мер, направленных на создание, развитие, поддержание и защиту добросовестной и равной конкуренции на российских рынках⁹.

Более детально содержание конкурентной политики раскрывается в определении И.В. Князевой. По ее мнению, конкурентная политика есть комплекс мер, направленных на демополизацию экономики, контроль и наблюдение за процессами концентрации на рынках, пресечение монополистических действий и недобросовестной конкуренции, обеспечение условий для развития конкуренции на рынке, а также пропаганда и распространение знаний, способствующих созданию равных условий для всех участников рынка и формированию общественного сознания в пользу развития рыночных сил.

В данном случае содержание понятия конкурентной политики шире понятия антимонопольной политики за счет комплекса пропагандистских и разъяснительных мероприятий по информированию субъектов рынка о своих правах и обязанностях перед обществом и рынком (это явление в европейской практике получило название «адвокатирование конкуренции»).

Исходя из данного подхода антимонопольная политика сводится к мероприятиям антимонопольных органов и органов по регулированию деятельности субъектов временных и естественных монополий в части осуществления государственного контроля соблюдения законов и иных нормативных правовых актов, относящихся к системе конкурентного права.

Те авторы, которые отождествляют конкурентную и антимонопольную политику, рассматривают последнюю в широком смысле. Она охватывает почти весь круг задач, направленных на развитие экономики, повышение конкурентоспособности

продукции и услуг национальных производителей, обеспечение эффективной занятости, предопределяет широкое участие антимонопольных органов в выработке экономической политики государства в целом или тех ее направлений, которые могут непосредственно повлиять на конкурентную структуру рынка, деловую практику и хозяйственную деятельность субъектов рынка.

Мы придерживаемся подхода, разграничивающего два рассматриваемых понятия. На наш взгляд, основу антимонопольной политики государства должны составлять меры административно-правовой защиты конкуренции.

К административному законодательству, очевидно, относится федеральный закон «О защите конкуренции», имеющий приоритетное значение для регулирования отношений в области защиты конкуренции. Административно-правовой характер имеют нормы, закрепленные в федеральном законе «О рекламе»¹⁰, действие которого охватывает конкурентные отношения. В федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»¹¹ закреплены антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров, установлены антимонопольные требования к органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности.

Особенности регулирования конкуренции на финансовых рынках, в частности на рынке банковских услуг, определены в федеральных законах «О банках и банковской деятельности в Российской Федерации»¹², «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»¹³. В правовом регулировании банковской деятельности в России преобладают административно-правовые нормы, что связано со значением банковской системы для развития экономики страны¹⁴. К сфере антимонопольного регулирования относятся административно-правовые нормы, закрепленные в Федеральном законе от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях»¹⁵, который определяет правовые основы федеральной политики в отношении естественных монополий в Российской Федерации и направлен на достижение баланса интере-

сов потребителей и субъектов естественных монополий, обеспечивающего доступность реализуемого ими товара для потребителей и эффективное функционирование субъектов естественных монополий.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См.: Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. М., 2006.

² См.: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 2006. № 31 (Ч. 1). Ст. 3434.

³ См.: Кизилев В.В., Новиков В.В. К вопросу о необходимости отмены антимонопольного законодательства // Закон. 2008. № 2.

⁴ См.: Конкурентное право России: Учеб. / Отв. ред. И.Ю. Артемьев, А.Г. Сушкевич. М., 2012.

⁵ См.: Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции): Учеб. М., 2000.

⁶ См.: Handbook of antitrust economics / edited by Paolo Buccirossi. Cambridge, 2008. P. 8.

⁷ См.: Чиннова М.В. Дефиниции и их использование в нормативных правовых актах: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2004. С. 37–44.

⁸ Гегель Г. Энциклопедия философских наук. М., 1974. Т. 1. С. 34.

⁹ См.: Якунин В.И. и др. Государственная конкурентная политика и стимулирование конкуренции в Российской Федерации: Моногр.: В 2 т. М., 2008. Т. 1. С. 15.

¹⁰ См.: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 28.07.2012) // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

¹¹ См.: Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 1995. № 34. Ст. 3426.

¹² См.: Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности» // Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета РСФСР. 1990. № 27. Ст. 357; СЗ РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

¹³ См.: Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» // СЗ РФ. 2002. № 28. Ст. 2790.

¹⁴ См.: Тосунян Г.А., Викулин А.Ю. Предмет и метод банковского права // Государство и право. 1998. № 9. С. 37; Грицаенко Р.А. Механизм административно-правового регулирования банковской деятельности в Российской Федерации: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2012. С. 36–40.

¹⁵ См.: Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 1995. № 34. Ст. 3426.

Таким образом, нормативные правовые акты, содержащие административно-правовые нормы, составляют основу правового регулирования конкурентных отношений в России.

¹ См.: Rajzberg B.A., Lozovskij L.Sh., Starodubceva E.B. Sovremennij jekonomicheskij slovar'. M., 2006.

² См.: Federal'nyj zakon ot 26 ijulja 2006 g. № 135-FZ «O zashhite konkurencii» // SZ RF. 2006. № 31 (Ch. 1). St. 3434.

³ См.: Kizilov V.V., Novikov V.V. K voprosu o neobhodimosti otmeny antimonopol'nogo zakonodatel'stva // Zakon. 2008. № 2.

⁴ См.: Konkurentnoe pravo Rossii: Ucheb. / Otв. red. I.Ju. Artem'ev, A.G. Sushkevich. M., 2012.

⁵ См.: Tot'ev K.Ju. Konkurentnoe pravo (pravovoe regulirovanie konkurencii): Ucheb. M., 2000.

⁶ См.: Handbook of antitrust economics / edited by Paolo Buccirossi. Cambridge, 2008. P. 8.

⁷ См.: Chinnova M.V. Definicii i ih ispol'zovanie v normativnyh pravovyh aktah: Dis. ... kand. jurid. nauk. M., 2004. S. 37–44.

⁸ Gegel' G. Jenciklopedija filosofskih nauk. M., 1974. T. 1. S. 34.

⁹ См.: Jakunin V.I. i dr. Gosudarstvennaja konkurentnaja politika i stimulirovanie konkurencii v Rossijskoj Federacii: Monogr.: V 2 t. M., 2008. T. 1. S. 15.

¹⁰ См.: Federal'nyj zakon ot 13 marta 2006 g. № 38-FZ «O reklame» (red. ot 28.07.2012) // SZ RF. 2006. № 12. St. 1232.

¹¹ См.: Federal'nyj zakon ot 17 avgusta 1995 g. № 147-FZ «O estestvennyh monopolijah» // SZ RF. 1995. № 34. St. 3426.

¹² См.: Federal'nyj zakon ot 2 dekabrja 1990 g. № 395-1 «O bankah i bankovskoj dejatel'nosti» // Vedomosti S#ezda narodnyh deputatov i Verhovnogo Soveta RSFSR. 1990. № 27. St. 357; SZ RF. 1996. № 6. St. 492.

¹³ См.: Federal'nyj zakon ot 10 ijulja 2002 g. № 86-FZ «O Central'nom banke Rossijskoj Federacii (Banke Rossii)» // SZ RF. 2002. № 28. St. 2790.

¹⁴ См.: Tosunjan G.A., Vikulin A.Ju. Predmet i metod bankovskogo prava // Gosudarstvo i pravo. 1998. № 9. S. 37; Gricaenko R.A. Mehanizm administrativno-pravovogo regulirovanija bankovskoj dejatel'nosti v Rossijskoj Federacii: Dis. ... kand. jurid. nauk. M., 2012. S. 36–40.

¹⁵ См.: Federal'nyj zakon ot 17 avgusta 1995 g. № 147-FZ «O estestvennyh monopolijah» // SZ RF. 1995. № 34. St. 3426.