

КЛАССНЫЙ ЧАС НА ТЕМУ " КОНТРОЛЬ РЕКЛАМЫ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ".



ФАС России

Цель: повышение правовой и
гражданской культуры
подростков посредством
формирования у них понимания
важности благоприятной
конкурентной среды.

Сегодня на классном часе мы будем говорить о важности благоприятной конкурентной среды, которая является неотъемлемым условием не только эффективного функционирования рынков, развития предпринимательства в России, но и благосостояния граждан. Так как в скором будущем вы станете полноценными участниками рынка – бизнесменами и потребителями, и важно уже сейчас знать о значимости конкуренции в развитии экономики.



Федеральная
Антимонопольная
Служба

Конкуренция (лат. сл. –**состязание**) -это соперничество между субъектами рыночной экономики за получение большей доли произведенного в обществе продукта. Это не просто соревнование, где выставляются места, а борьба, в которой проигравший лишается права на дальнейшее существование.

Конкуренция в экономике всегда возникает там, где количество благ ограничено. Если много человек пьют из полноводного источника, конкуренции между ними нет. Но если источник находится в пустыне и не может вдоволь напоить все обитающие там племена.

Степень конкуренции различна на разных рынках и зависит от количества продавцов и покупателей; достоверности и доступности информации; возможности легкого доступа на рынок для других фирм; степени однородности товара.

Картель - соглашение между крупными продавцами о разделе рынка и назначении цены.(ОПЕК – страны-экспортеры нефти) Несколько фирм контролируют рынок. Так сложились естественные монополии в нашей стране, такие как компания «Газпром», Единая энергетическая система России (РАО ЕЭС)





РОССИЯ



Федеральная
Антимонопольная
Служба



КОГДА ПОРА ОБРАТИТЬСЯ В ФАС

Служба РФ (ФАС)

Вам знакомо острое чувство несправедливости? Особенно, когда нарушают ваши права и нарушают безнаказанно.

Прикрываясь формальностями, казенными формулировками, да и просто ложью. Когда вам нечего возразить, вы поставлены в тупик, и все происходящее вам кажется в лучшем случае глупым розыгрышем, а в худшем – кошмарным сном. Так часто бывает: вы начинаете свой день, но на каждом шагу вас ждут неприятности – мелкие и крупные. Но вы не знаете, кто и что стоит за ними, кто их придумал и зачем. Поскольку очень сложно разобраться в хитросплетениях чиновничьей бюрократии, непредсказуемом поведении естественных монополий и витиеватых формулировках крупных корпораций. Вы – всего лишь потребитель товаров и услуг.

Но!...ВЫ – ПОТРЕБИТЕЛЬ. От вас целиком зависят компании, организации и чиновники.

И поэтому именно Вы определяете, что есть КАЧЕСТВЕННО, НЕДОРОГО и ДОСТУПНО. Вы должны иметь право выбора.

ВЫ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ СВОИ ПРАВА И ЗАЩИЩАТЬ ИХ.

Мы призваны оказывать Вам в этом всестороннюю помощь и поддержку.

Федеральная Антимонопольная Служба.

Немного истории

На самом деле государства во все времена стремились развивать конкуренцию и контролировать поведение недобросовестных предпринимателей. Например, в Древнем Риме торговцев наказывали за поведение, которое сегодня называется неконкурентным. В то время эдилы (должностные лица, которые вели надзор за стройками, храмами и рынками) имели право наказывать скупщиков за попытку искусственно повысить цены на хлеб. Нарушитель был обязан выплатить штраф, который шёл на украшение Капитолия, а в некоторых случаях он приговаривался к телесному наказанию или даже казни. Уже в I веке до н.э. наказанию подлежали торговцы, которые удаляли других продавцов с ведущих в Риме дорог. Удержание в портах судов и их груза также считалось нарушением. Пресекалось всё, что сегодня мы назвали бы недобросовестной конкуренцией.

Император Нерон законодательно закрепил запрет на сидение для торговцев: в то время считалось, что уставший от стояния продавец быстро утомится, а значит, захочет распродать всё поскорее и снизит цену на свой товар.



Закон о защите конкуренции



История развития антимонопольного законодательства в России берет свое начало в 1991 году с принятием Закона РСФСР от 22.03.1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (Закон о конкуренции РСФСР)

Так, Закон впервые предусмотрел:

- ❖ запрет на злоупотребление доминирующим положением хозяйствующего субъекта на товарном рынке;
- ❖ запрет на антиконкурентные соглашения и согласованные действия;
- ❖ запрет недобросовестной конкуренции;
- ❖ запрет на антиконкурентные действия органов власти;
- ❖ порядок контроля экономической концентрации;
- ❖ механизмы предупреждения и пресечения нарушений антимонопольного законодательства.

Руководство и структура ФАС России

ФАС России сертифицирована на соответствие требованиям международного стандарта менеджмента качества ИСО 9001-2008. 17 января 2012 года удостоверяющий сертификат был вручен руководителю ФАС России Игорю Артемьеву.

Федеральная антимонопольная служба создана в соответствии с Указом Президента России № 314 от 9 марта 2004. Положение о Федеральной антимонопольной службе принято Правительством России 30 июня 2004 г. ФАС России - федеральный орган исполнительной власти, руководство деятельностью которого осуществляет Правитель



Кто «делает» рекламу?



Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;
Рекламодатель — двигатель рекламы. Основная цель его деятельности - доведение информации до потребителя и расположения его к совершению покупки. Тем самым будет достигаться главная цель предпринимателя – расширение спроса на свои товары, услуги, и соответственно, увеличение прибыли.
Рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

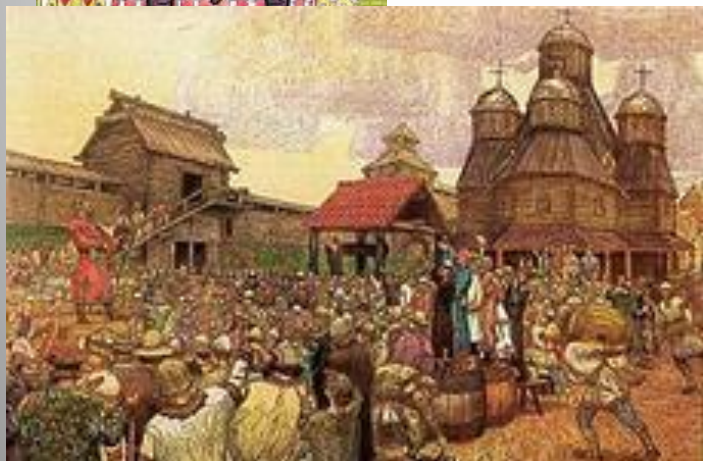
Понятие рекламы

Реклама по определению ФЗ «О рекламе» – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 2 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» информация – это сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления. В информатике информация определяется как сведения об окружающем мире (объекте, процессе, явлении, событии), которые являются объектом преобразования (включая хранение, передачу и т.д.) и используются для выработки поведения, для принятия решения, для управления или для обучения.



Слово “реклама” происходит от латинских глаголов *reclamo* (выкрикивать) и *reclamare* (откликаться, требовать).



Профессия глашатая предназначалась для повседневного информирования больших скоплений людей, какими являлись в то время города

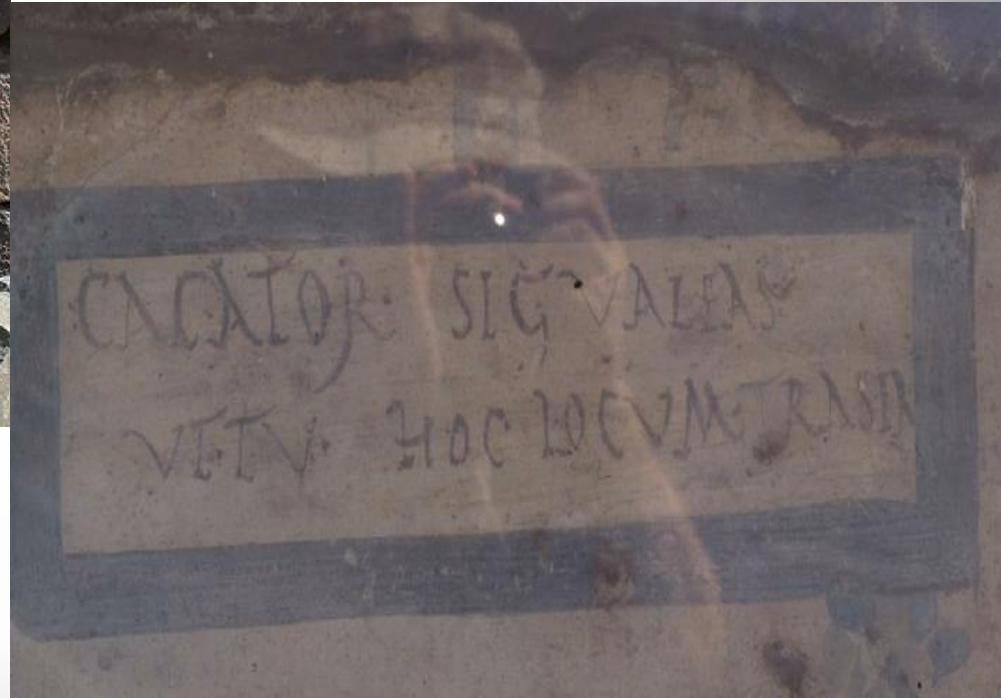
Древние ремесленники ставили специальное клеймо на свои изделия, заботясь таким образом о своей репутации и рекламируя качественную продукцию.



Первый письменный образец рекламы, сохранившийся до настоящего времени, представлен египетским папирусом, хранящимся в Лондоне. Папирус сообщал о продаже раба и был, по сути, настоящим рекламным объявлением



В Греции первые рекламные сообщения размещались вдоль торговых путей, где торговцы и ремесленники гравировали на камнях и деревянных столбах объявления о предлагаемых товарах и услугах.

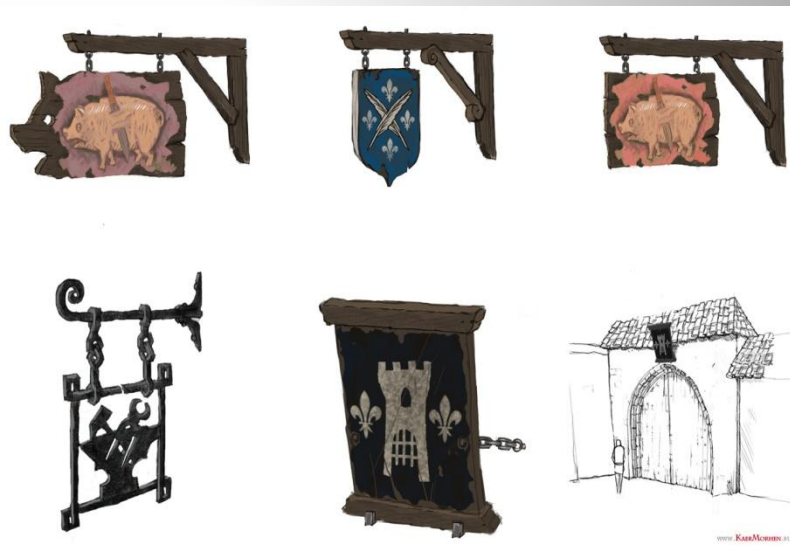


Качественно иного уровня развития достигла реклама в Древнем Риме, где строились специальные стены-альбомы, разделенные на равные прямоугольники, в которых торговцы писали углем или краской свои объявления.



Самая древняя реклама обнаружена в развалинах древнегреческого города Мемфиса. Надпись, составленная за 500 лет до н. э., гласит: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую сновидения».

В Средние века ремесленники, что бы привлечь к своим товарам покупателей, вывешивали возле своих мастерских вывески, на которых изображали свои товары или услуги.



На Руси была известна и так называемая потешная реклама

были коробейники. Они продавали товары вроде хлеба, пряников

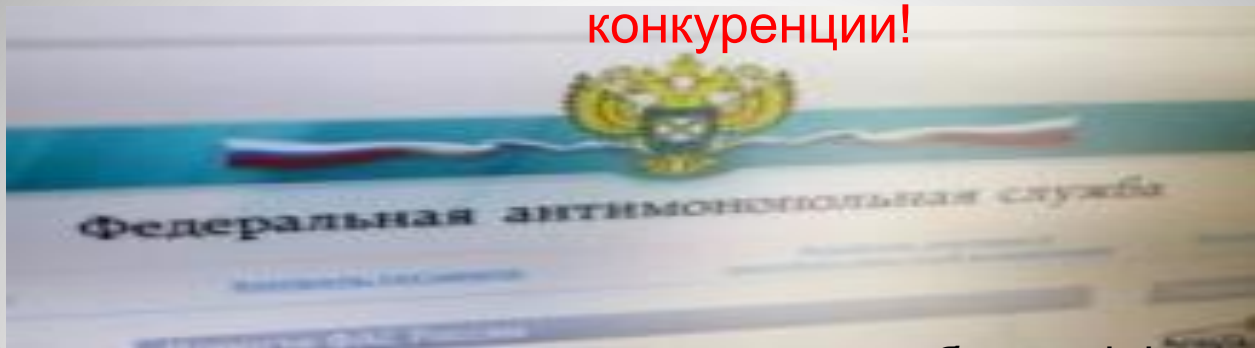


Печатная реклама в XIX веке отнюдь не была единственным средством донесения информации о товарах для людей. В это время рекламу стали размещать на специальных круглых тумбах, которые устанавливались в многих людных точках каждого крупного города.



Что связывает ФАС и рекламу?

Добросовестная реклама способствует добросовестной конкуренции!



Каждый из нас понимает, что реклама должна быть эффективной и не причинять вред потребителю, при этом хотелось бы, чтобы реклама позволяла адекватно оценивать товар, создавала здоровую конкуренцию между производителями и способствовала развитию информационных технологий. Наконец - чтобы рекламная индустрия становилась все более цивилизованной, добросовестной, а значит имела право на существование.

Одной из сфер деятельности Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) является осуществление функций надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы, а также принятие подзаконных нормативных правовых актов в этой сфере. Функции и полномочия ФАС России определены Федеральным законом «О рекламе» (<http://www.consultant.ru/popular/advert/>), принятым в 2006 году.

Общая структура нарушений закона о рекламе в 2013 году



В 2013 году антимонопольные органы рассмотрели более 19,5 тысяч фактов, указывающих на событие нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (в 2012 году – более 16 тысяч фактов).

В 2013 году антимонопольные органы рассмотрели 11716 заявлений (в 2012 году – 6151 заявление) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 5612 дела по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 8555 нарушений (в 2012 году – 5509 дел и 11086 нарушения).

В зависимости от характера нарушения и его негативных последствий для конкуренции, потребителей и общества в целом антимонопольные органы применяют к нарушителям меры административного наказания и административного воздействия.

Вам не нравится та или иная реклама?

В соответствии с Федеральным законом от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан» (http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_50345.html), граждане имеют право обращаться лично, а также направлять индивидуальные и коллективные обращения в ФАС России и ее территориальные органы.

Обращения граждан, указывающие на признаки нарушения рекламного законодательства, рассматриваются центральным аппаратом ФАС России или ее территориальными органами 30 дней с момента регистрации с возможностью продления на 30 дней (например, в случае запроса дополнительной информации).



И это все о ней — о рекламе! Высказывания о рекламе, открывающие ее суть.



Французское изречение 19 века: Реклама — душа торговли.

Владимир Маяковский: Реклама – промышленная, торговая агитация. Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы. Это оружие, поражающее конкуренцию.

Теннесси Уильямс: Единственные настоящие поэты нашего времени служат в рекламных агентствах.

Марк Твен: Многие мелочи стали важными вещами благодаря правильной рекламе.

Клод Хопкинс: Есть только один единственный способ найти решение ваших проблем в рекламе — спросите вашего покупателя. Это — истина в последней инстанции.

Маршалл Маклюэн: Вся реклама — это хорошие новости.

Стюарт Хендерсон Бритт: Вести бизнес без рекламы - все равно, что подмигивать девушке в полной темноте.

Роберт Орбен: «Как описываются машины в рекламных проспектах? «Волнующие», «эффектные», «изящные», «грациозные», «обтекаемой формы». Прямо не знаешь, куда их вести — в гараж или в номер мотеля».

Синклер Льюис: «Реклама — самый дешевый способ продажи товара, особенно если товар не имеет никакой ценности».

Ванс Пакард, американский писатель: «Реклама — есть искусство целиться в голову, чтобы попасть в карман.» и «Реклама — это способ заставить нас тратить, рассказывая, как мы можем сэкономить.»

Дед Мороз существует!

Интересные решения ФАС



Накануне Новогоднего праздника рекламу сети магазинов «Это» с использованием выражения «Деда Мороза не существует» Экспертный совет по применению законодательства о рекламе рекомендовал рекламодателю (сеть магазинов) и телеканалам, транслировавшим ее, снять с дальнейшей трансляции для исключения возможного нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Единодушная оценка экспертов отражена в протоколе: «использованный в рекламе сети магазинов «Это» с выражением «Деда Мороза не существует» прием сообщения «шоковой» новости может неоднозначно восприниматься детской аудиторией, обращение к которой возможно с учетом графиков размещения рекламы в телепрограммах».

Комментарий председателя Экспертного совета Андрея Кашеварова: "Получается, что родители говорят детям неправду, будто Дед Мороз есть. Таким образом, ролик формирует негативное отношение детей к родителям и подпадает под действие закона о рекламе, который запрещает дискредитацию родителей".



Спасибо!

