

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 34

о наложении штрафа по делу № 04-5/43

об административном правонарушении

24 июля 2017 г.

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 25 мая 2017 г. и материалы дела № 04-5/43 об административном правонарушении в отношении ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (место нахождения: 119571, г. Москва, проспект Вернадского, 82, ИНН 7729050901, КПП 772901001, государственная регистрация в качестве юридического лица 25.11.2002 г, в инспекции ФНС № 29 по г. Москве) в связи с распространением ненадлежащей рекламы, в присутствии,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением требований рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 09 февраля 2017 г. отслежена наружная реклама следующего содержания:

«Президентская академия – лидирующий ВУЗ России!». РАНХиГС (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации). Дальневосточный институт управления. г. Хабаровск, 33, (4212) 50-54-60, 30-65-49. Изображены логотипы социальных сетей («Инстаграм»,

«В контакте», «Фейсбук») и логина «RANERA \_ DVIU. # Президентская академия ДВ #ДВИУРАНХИГС».

Рекламная конструкция размещена над входом в здание, занимаемое Дальневосточным институтом управления – филиалом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (далее РАНХиГС, Академия) по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленина, 24.

Проанализировав рекламу с точки зрения Федерального закона «О рекламе» (далее Закон), установлено следующее.

Термин «лидер» (прилагательное «лидирующий») имеет следующее значение:

- тот, кто пользуется авторитетом среди кого-либо (Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000);

- тот, кто по своим показателям опережает других (Л.П. Крысина. Толковый словарь иностранных слов.- М.: Русский язык. 1998.);

- (от англ. Leader - ведущий, первый, идущий впереди) - лицо в какой-либо группе (организации), пользующееся большим, признанным авторитетом, обладающее влиянием, которое проявляется как управляющие действия. (Свободный экономический словарь терминов, понятий и определений по экономике, финансам и бизнесу).

«Лидерство» - это отношения доминирования и подчинения, влияния и следования в системе межличностных отношений в группе (Социальная психология. Словарь под. ред. М.Ю. Кондратьева).

Следовательно, слово «лидирующий» в контексте рекламной информации формирует представление о РАНХиГС, как о высшем учебном заведении, идущем впереди и возглавляющем вузы России.

При этом использованная в рекламе сравнительная характеристика («лидирующий ВУЗ России») не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение.

В пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда (№ 58 от 8 октября 2012 г.) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Из данных разъяснений следует, что отсутствие критериев сравнения в рекламе допускает возможность проведения потребителями такого сравнения по любому показателю, то есть, слово «лидирующий» в контексте рекламы означает, что РАНХиГС превосходит любого другого участника рынка образовательных услуг России по всем оценочным критериям.

Вместе с тем, качество высшего образования является многомерным понятием.

В соответствии с приложением 4 Приказа Министерства образования и науки РФ от 10 декабря 2013 г. № 1324 «Об утверждении показателей деятельности образовательной организации, подлежащей самообследованию», основу деятельности образовательной организации высшего образования составляют такие показатели, как общая численность студентов, аспирантов, средний балл студентов, принятых по результатам ЕГЭ, научно-исследовательская деятельность, количество научных публикаций, удельный вес численности преподавателей, имеющих степень доктора наук в общей численности научно-педагогических работников, количество научных публикаций, качество методического обеспечения учебного процесса, востребованность (трудоустройство) выпускников и другие показатели.

Из рекламы не представляется возможным сделать вывод о том, по каким

оценочным критериям Академия занимает лидирующее положение на рынке образовательных услуг России.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Следовательно, реклама «Президентская академия – лидирующий ВУЗ России!» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение с другими вузами, нарушает указанные требования Закона.

Кроме того, на основании пункта 1 части 2 статьи 5 Закона недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Реклама не содержит прямого сравнения с конкретными вузами, но утверждение «Лидирующий ВУЗ России» позволяет сделать вывод о том, что РАНХиГС сравнивается со всеми участниками рынка.

Вместе с тем, по данным ежегодного рейтинга лучших вузов России за 2016 год, проведенного рейтинговым агентством «РАЕХ (Эксперт РА)», РАНХиГС при Президенте Российской Федерации занимает:

- по комплексной оценке показателей - 12-е место;
- по условиям для получения качественного образования – 9 место;
- по востребованности выпускников работодателями – 11 место;
- по уровню научно-исследовательской деятельности – не вошла в двадцатку лучших.

Таким образом, поскольку в рекламе не указаны результаты рейтинговых исследований, рекламная информация «Президентская академия – лидирующий ВУЗ России!» содержит признаки нарушений пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в части указания недостоверных сведений о преимуществе объекта рекламирования над иными хозяйствующими субъектами и некорректного сравнения с иными образовательными учреждениями.

В обоснование своей позиции относительно лидирующего положения среди вузов России Академией представлены пояснения (вх. № 4/3642 от 11.04.2017 г.), из которых следует, что реклама размещена на основании рейтингов, содержащихся на сайте: <http://www.ranepa.ru/ob-akademii/rejtingi-akademii/>.

Анализ информации, размещенной на указанном сайте, позволяет сделать следующие выводы.

Согласно рейтингу проекта «Социальный навигатор» (МИА «Россия Сегодня») РАНХиГС в 2016 г. вошла в пятерку самых востребованных работодателями вузов в России и заняла в рейтинге 5-ое место.

По данным рейтингового агентства RAEX «Эксперт РА» академия заняла 5-ое место в рейтинге самых востребованных вузов России в сфере «Экономика и управление», вошла топ-10 рейтинга по гуманитарным наукам и получила 10-е место по уровню качества образования.

В соответствии с данными специального проекта по оценке деятельности вузов медиагруппы «Интерфакс» и радиостанции «Эхо Москвы» в национальном рейтинге университетов РАНХ и по результатам 2016 г. заняла 8-ое место. Основным показателем в данной номинации является конкретный показатель - бренд вуза и качество его коммуникаций со своими целевыми аудиториями.

По параметру «образование» академия заняла 17-ое место.

Британская компания Quasquarelli Symonds (QS) провела рейтинг среди университетов развивающихся стран Европы и Центральной Азии.

РАНХиГС заняла 101 место в рейтинге и улучшила свои результаты, поднявшись со 115 строчки, которую она занимала в 2015 году.

По данным оценки деятельности вузов, проведенной компанией «Superjob», Академия – лидер рейтинга лучших вузов России по уровню зарплат выпускников, работающих в сфере «Финансы и экономика».

На сайте Career.ru опубликована информация о том, что Академия лидирует в рейтинге востребованности выпускников, но не по России, а среди московских вузов на рынке труда и по определенному направлению - «Экономика и финансы» – 1 место занял Факультет финансов и банковского дела РАНХиГС. Академия представлена в рейтинге данного направления тремя подразделениями: 8-ю строчку заняла Высшая школа финансов и менеджмента РАНХиГС, Экономический факультет – на 25-ом месте.

Таким образом, данные рейтингов из различных источников, опубликованные на сайте [www.ranepa.ru/ob-akademii/rejtingi-akademii/](http://www.ranepa.ru/ob-akademii/rejtingi-akademii/), свидетельствуют о том, что в числе ведущих вузов страны РАНХиГС находится по некоторым показателям, а по комплексной оценке 100 лучших вузов России (по данным рейтингового агентства RAEX – «Эксперт РА») в 2016 г. академия, как и в прошлом году, заняла 12-е место.

Следовательно, учитывая, что качество высшего образования является многомерным понятием, включающим в себя все его функции: преподавание и программы обучения, исследования ученых и аспирантов, персонал, студентов, факультеты, оборудование, оказание услуг обществу, рекламная информация о Президентской академии, как лидирующем вузе России, без указания критерия, по которому проводится сравнение, является недостоверной, поскольку предполагает лидерство по всем показателям, что не соответствует действительности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за

нарушение указанных требований несет рекламодатель.

Установлено, что владельцем рекламной конструкции площадью по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленина, 24, является Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС.

Реклама размещена в месте нахождения и осуществления деятельности названного учебного заведения, следовательно, РАНХиГС является лицом, в чьих интересах распространяется реклама, то есть рекламодателем.

В ходе рассмотрения дела представитель РАНХиГС согласилась с допущенными нарушениями рекламного законодательства и сообщила, что ненадлежащая реклама демонтирована.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа.

Согласно части 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При этом, в соответствии с частью 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ размер административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей.

Для решения вопроса о снижении размера административного наказания Дальневосточным институтом управления – филиалом РАНХиГС на рассмотрение представлен баланс филиала по состоянию на 01 января 2017 г. (вх. № 4/6019 от 15.06.2017 г.).

Проанализировав данные баланса филиала, установлено, что, по состоянию на 01.01.2017 г. деятельность ДВ института управления - филиала РАНХиГС, приносящая доход, составила 19 981 874, 77 рублей.

Таким образом, данные бухгалтерской отчетности за 2016 год показывают, что оснований для наступления необратимых негативных последствий и создания реальной угрозы для дальнейшего нормального ведения хозяйственно-финансовой деятельности ввиду оплаты штрафа у РАНХиГС отсутствуют.

В соответствии с позицией, изложенной в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 25.02.2014 № 4-П, административный штраф является мерой ответственности, применяемой в целях предупреждения совершения новых правонарушений, поэтому его размеры должны обладать разумным сдерживающим эффектом.

С учетом этого в статье 14.3 КоАП РФ установлен дифференцированный по размеру штраф с определением его минимального и максимального пределов, что

позволяет назначать меру наказания с учетом характера совершенного административного правонарушения, имущественного и финансового положения правонарушителя, а также обстоятельств, смягчающих либо отягчающих административную ответственность (статьи 4.1 и 4.2 КоАП РФ).

Оценив представленные в материалы дела доказательства и, принимая во внимание имущественное и финансовое положение общества, а также характер и последствия совершенного им правонарушения, административный орган считает, что исключительные обстоятельства для снижения РАНХиГС штрафа ниже минимального размера, предусмотренного ст. 14.3 КоАП РФ для юридических лиц, отсутствуют.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100000 (ста) тысяч рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, отделение Хабаровск, г. Хабаровск, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того,

должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.