

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Институт управления

на правах рукописи

ТАЙЖАНОВ ШЫНГЫС САБИТОВИЧ

**ВЛИЯНИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА БИЗНЕС
СРЕДУ ГОРОДА АЛМАТЫ**

Образовательная программа «Региональное развитие»
по направлению подготовки 7М041 Бизнес и управление
Магистерский проект на соискание степени магистра
регионального развития

Научный руководитель: _____ к.э.н. Хамбар Б

Проект допущен к защите: « _____ » _____ 2021 г.

Директор Института управления _____ к.э.н.. Турчкенова Р.А

Нур-Султан, 2021

Содержание

Содержание.....	2
Нормативные ссылки	3
Введение.....	5
Обзор литературы	8
Методы исследования.....	24
Анализ и результаты исследования.....	29
Заключение	33
Список использованных источников	35

Нормативные ссылки

В настоящем магистерском проекте использованы ссылки на следующие нормативные правовые акты:

- 1 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.
- 2 Гражданский Кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-XIII.
- 3 Конституция Республики Казахстан принята на Республиканском Референдуме 30 августа 1995 года
- 4 Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III «О рекламе»
- 5 «Отчет о состоянии конкуренции на отдельных товарных рынках и принимаемых мерах по ограничению монополистической деятельности за 2019 год» Агентство по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан от 8 июля 2020 год

Введение

Политика в сфере конкуренции играет одну из важных ролей в реформировании системы государственного регулирования, так как система государственного управления диктует качество экономических и социальных норм и обуславливает применение законов, в том числе защищающих конкуренцию.

Уровень развития конкуренции влияет на все сферы повседневной жизни, здоровая добросовестная конкуренция субъектов рынка неизменно приводит к развитию товарных рынков, и как следствие к развитию экономики государства, изучение и понимание принципов конкуренции, степень влияния в развитии рыночных отношений является важным направлением для достижения экономической стабильности государства. В этой связи, государственная поддержка и защита добросовестной конкуренции всегда были в числе приоритетных вопросов Казахстана. Поэтому не вызывает сомнения актуальность исследуемой темы проекта.

Следует отметить, что в Казахстане вопрос недобросовестной конкуренции рассматривается на высшем уровне. Согласно Конституции Республики Казахстан каждый имеет право на свободу предпринимательской деятельности, монополистическая деятельность регулируется и ограничивается законом, запрещается недобросовестная конкуренция.

С момента приобретения независимости поэтапно совершенствуется система антимонопольного регулирования, институциональная основы антимонопольной политики.

Преследуя задачу по созданию благоприятных условий для развития добросовестной конкуренции уполномоченный орган в области защиты конкуренции применяет различные правовые механизмы и регуляторы направленные на ограничение и выявления признаков недобросовестной конкуренции в действиях субъектов рынка.

При этом, на предупреждение и недопущения признаков, в том числе недобросовестной конкуренции важное влияние имеют нормативно-правовые акты, направленные на создание и поддержку принципов добросовестной конкуренции, которые в свою очередь содержат меры экономического и административного характера.

Объектом исследования в магистерском проекте является недобросовестная конкуренция в Республике Казахстан.

Предметом исследования – влияние недобросовестной конкуренции на бизнес среду.

Целью работы является разработка конкретных вариантов по внесению изменений в законодательство, по дополнению определениями терминов и действий, имеющих двойное, а то и тройное толкование а также предложений по совершенствованию методов борьбы с недобросовестной конкуренцией.

В этой связи необходимо решить следующие **задачи**:

- определить понятие и сущность недобросовестной конкуренции;

- рассмотреть виды недобросовестной конкуренции;
- изучить зарубежный опыт выявления недобросовестной конкуренции ;
- проанализировать степень влияния антимонопольного реагирования на экономику;
- выработать предложения по совершенствованию методов борьбы с недобросовестной конкуренцией в Республике Казахстан.

Методы исследования. В рамках магистерского проекта, применены следующие методы теоретического и практического исследования, а именно метод исследования в виде анализа и сравнения, учитывая специфику исследуемого принципа, ранее указанные методы направлены на исследования статистических данных, на основании которых образуется возможность сравнения уровня эффективности принимаемых антимонопольным органом мер по развитию конкуренции.

Понятие и роль недобросовестной конкуренции в развитии стран мира

Говоря о недобросовестной конкуренции необходимо понять суть самого понятия конкуренции. Понятия «конкуренция» и «недобросовестная конкуренция» тесно взаимосвязаны, там где присутствует конкуренция всегда есть основание наличия недобросовестной конкуренции. При этом, конкуренция имеет важное значение в механизме регулирования рынка, так как она стимулирует состязательность между конкурентами, повышает качество реализуемого продукта, приводит к повышению и снижению цен и издержек, а также позволяет применение новейших технологий.

Международная практика показывает, что государство, одно из первых внедрившее на законодательном уровне акт антимонопольного регулирования, сегодня является страной с самой мощной экономикой в мире. Так, в 1890 году, в США был принят общеизвестный документ, названный в честь его инициатора – политика Джона Шермана. Данный акт был направлен против явных ограничений свободы торговли, а также против монополизации рынка Джоном Рокфеллером и его нефтяной компанией Standard Oil, впоследствии, разделенной на 38 компаний, в том числе таких известных в мире корпораций как Exxon, BP, Chevron и т.д..

Таким образом, руководство США еще во времена становления своей экономики, понимало, что демонополизация рынков и добросовестная конкуренция является необходимой мерой для дальнейшего, эффективного развития рыночной экономики и результаты данных решений привели экономику США на ее нынешний уровень [3].

Для понимания влияния недобросовестной конкуренции на бизнес среду также важно учитывать практику других стран мира.

В Германии в 1909 году был принят Закон «О недобросовестной конкуренции», где дается определение недобросовестной конкуренции как не соответствующим **добрым нравам**. В Швейцарии аналогичный закон существует с 1986 года, согласно статье 2 недобросовестная конкуренция понимается как определенное действие или конфиденциальную практику, противоречащую принципам **здоровой торговой деятельности** [6].

В Польше понятие недобросовестной конкуренции определено Законом о борьбе с недобросовестной конкуренцией. Согласно данному Закону актом недобросовестной конкуренции признается противоправное или нарушающее **добрые обычаи** деяния, если оно нарушает право другого предпринимателя или клиента, либо угрожает таким нарушением [7].

Основным документом России, где определено понятие недобросовестной конкуренции является Закон Российской Федерации «О защите конкуренции». Данный закон указывает на недобросовестную конкуренцию как на любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), направленных на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, которые не должны противоречить

законодательству и принципам **добропорядочности, разумности и справедливости** и нанести ущерб другим субъектам рынка – конкурентам [6].

Согласно Закону Украины «О защите от недобросовестной конкуренции» недобросовестной конкуренцией признаются любые действия в конкуренции, противоречащие правилам, торговым или иным **честным обычаям** в предпринимательской деятельности [8].

Следует отметить, что регулирование недобросовестной конкуренции в разрезе таких странах как Германия, Великобритания, Франции, отличается друг от друга в связи с особенностями законодательного регулирования. К примеру, в Великобритании нормативно-правовая база касательно недобросовестной конкуренции осуществляется в рамках английского права, подразумевающей образованных прецедентов и соответствующих законодательных положений о недобросовестной конкуренции[5].

Во Франции в целях защиты от недобросовестной конкуренции применяется статья 1382 гражданского кодекса Франции, в которой предусмотрены общие положения и ответственность за вред, причиненный правонарушением. Аналогичная ситуация также происходит в Италии, Бельгии, Нидерландах, Люксембурге.

Вместе с тем, не во всех странах имеются уточняющие законы о недобросовестной конкуренции, а соответствующие нормы предусматриваются в иных законодательных актах [9].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что любой акт на конкурентном рынке, который противоречит **добросовестным обычаям** в предпринимательских делах может быть определён как недобросовестная конкуренция.

При этом, международная практика показывает, что наиболее часто встречаются следующие (*не исчерпывающие*) признаки недобросовестной конкуренции:

1. недобросовестная ценовая конкуренция;
2. введение в заблуждение конкурентов и потребителей;
3. жесткие воздействия на конкурента;
4. дискредитация конкурирующих субъектов рынка;
5. не соответствующее сравнение товаров;
6. спектр вопросов касательно интеллектуальной собственности;
7. ограничение или побуждение к ограничению приобретения товаров конкурентов.

При этом, согласно Парижской конвенции об охране промышленной собственности к основным видам недобросовестной конкуренции относятся:

- действия, способные вызвать смещение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента;
- ложные утверждения при осуществлении коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента;

- указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров.

Анализ недобросовестной конкуренции в Казахстане

Ранее в Казахстане применялись такие акты, как закон о недобросовестной конкуренции и закон о конкуренции, которые направлены на регулирование соответствующих отраслей.

В настоящее время основные нормы недобросовестной конкуренции рассматриваются в таких нормативных правовых актах, как Гражданский Кодекс Республики Казахстан (далее – Гражданский Кодекс) и Предпринимательский кодекс Республики Казахстан (далее – Предпринимательский кодекс).

Так, согласно статье 11 Гражданского Кодекса под недобросовестной конкуренцией понимается **совершение недобросовестных действий, направленных на ущемление законных интересов лица, ведущего аналогичную предпринимательскую деятельность, и потребителей путем введения потребителей в заблуждение относительно изготовителя, назначения, способа и места изготовления, качества и иных свойств товара другого предпринимателя; некорректного сравнения товаров в рекламной и иной информации; копирования внешнего оформления чужого товара [2].**

Согласно пункту 1 статьи 177 Предпринимательского кодекса недобросовестной конкуренцией понимаются **любые действия в конкуренции, направленные на достижение или предоставление неправомερных преимуществ.** При этом, в пункте 2 статьи 177 Предпринимательского кодекса содержится ограниченный перечень действий субъектов рынка, законодательно признанных как действия направленные на достижение недобросовестной конкуренции. Данный список состоит из 14-ти действий, не включает в себя некоторые широко распространенные формы недобросовестной конкуренции [1].

Как видно из вышеизложенного, определение недобросовестной конкуренции Предпринимательского кодекса отличается от ее определения в Гражданском Кодексе Республики Казахстан. При этом, в Предпринимательском кодексе не указывается что как следствие, недобросовестная конкуренция является результатом совершения недобросовестных действий. Согласно Предпринимательскому кодексу для создания факта недобросовестной конкуренции действия субъектов рынка могут привести к достижению неправомερных преимуществ.

Исходя из норм предусмотренных Предпринимательским кодексом, следует, что другие исчерпывающие признаки форм (видов) недобросовестной конкуренции, указанные в законодательстве РК, но в свою очередь признаваемые в других странах, не смогут быть признаны недобросовестной конкуренцией.

В соответствии с пунктом 3 статьи 4 Конституции РК международные договоры, ратифицированные Республикой, имеют приоритет перед ее законами и применяются непосредственно, кроме случаев, когда из

международного договора следует, что для его применения требуется издание закона[19].

Следует отметить особую роль институциональных основ регулирования недобросовестной конкуренции не только внутри страны, но и на международной арене. В стране ответственность за укрепление сотрудничества с иностранными ведомствами в области защиты конкуренции несет Агентство по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан (уполномоченный орган в области защиты конкуренции). Он в свою очередь, на постоянной основе ведет мероприятия направленные на укрепление сотрудничества с иностранными ведомствами в области защиты конкуренции, в том числе путем взаимодействия с международными организациями и союзами.

В Казахстане проводятся активные меры в целях достижения до уровня развитых стран ОЭСР по всем направлениям. Одним таких направлений является регулирование недобросовестной конкуренции. Данное направление возглавляет **Комитет по конкуренции ОЭСР**.

В целях соответствия требованиям ОЭСР, в соответствующие отрасли законодательства постепенно внедрены нормы и стандарты, направленные на соответствие необходимым требованиям, в связи с чем по результатам проведенного обзора конкурентной политики и законодательства Республики Казахстан. В 2016 году Советом ОЭСР принято решение о приглашении Республики Казахстан в Комитет по конкуренции ОЭСР в качестве участника. Членство в вышеуказанной организации дает возможности внедрения и применения лучших конкурентных практик, усиления взаимоотношений с наиболее развитыми странами мира. Исполнительным инструментом данной организации являются заседания Рабочих групп Комитета по конкуренции ОЭСР и Глобального форума по конкуренции ОЭСРЮ проводимые на постоянной основе, поднимаются наиболее важные вопросы конкурентного законодательства и его применения.

Также в рамках вышеуказанных рабочих групп обсуждаются годовые отчеты о развитии конкуренции в странах членах и участницах ОЭСР, где отчету Республики Казахстан о деятельности антимонопольного органа за 2019 год была дана положительная оценка[14].

Еще одним органом, который играет важную роль в регулировании недобросовестной конкуренции, является **Межгосударственный совет по антимонопольной политике СНГ**. Межгосударственный совет по антимонопольной политике государств-участников СНГ ведет работу в рамках Союза независимых государств, который обеспечивает взаимосвязь со странами бывшего Советского.

Межгосударственный совет по антимонопольной политике государств-участников СНГ (далее – МСАП) был учрежден в 1993 году в соответствии с Договором о проведении согласованной антимонопольной политики (далее – Договор). Согласно данному Договору участники обязуются принимать все исчерпывающие и необходимые действия предусмотренные в Договоре, и поддерживать деятельность МСАП [3].

Круг спектр обсуждаемых проблемных вопросов стабильно увеличивается и охватывает широкий спектр вопросов по деятельности конкурентных ведомств, так как МСАП является одним из основных способов для взаимодействия антимонопольных органов государств членов Союза.

Взаимодействие в рамках Союза в перспективном будущем станет исходной точкой по регулированию взаимоотношений на конкурирующих трансграничных рынках на пространстве Союза, и стать эффективным противовесом зарубежной системы.

Кроме того, международные отношения Казахстана по вопросам конкуренции на межправительственном уровне регулируются в рамках **Евразийского экономического союза**. В соответствии Положению Евразийского экономического союза одной из целей является всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобальной экономики. Вместе с тем, в случаях, если антимонопольный орган государства-члена предусматривает признаки нарушения общих правил конкуренции такой член вправе подать вышеуказанный признак на предмет наличия нарушения на трансграничных рынках [17].

В рамках международного сотрудничества необходимо проводить системную работу по приведению в соответствие отечественных норм международным требованиям. Так, анализ показывает, что положения статьи 11 Гражданского Кодекса Республики Казахстан и Парижской конвенции об охране промышленной собственности 1883 года (*членом которой является Республика Казахстан*), что акт недобросовестной конкуренции может быть определён как всякий акт на конкурентном рынке, противоречащий **добросовестным обычаям** в предпринимательских делах. Кроме того, в данной конвенции содержится (неисчерпывающий) перечень недобросовестных конкурентных действий.

Закрытый перечень видов недобросовестной конкуренции в Предпринимательском Кодексе состоит из следующих действий:

- ✓ неправомерное использование средств индивидуализации товаров, работ, услуг, а также объектов авторского права;
- ✓ неправомерное использование товара другого производителя;
- ✓ копирование внешнего вида изделия;
- ✓ дискредитация субъекта рынка;
- ✓ заведомо ложная, недобросовестная и недостоверная реклама;
- ✓ реализация (приобретение) товара с принудительным ассортиментом;
- ✓ призыв к бойкоту продавца (поставщика) конкурента;
- ✓ призыв к дискриминации покупателя (поставщика);
- ✓ призыв субъекта рынка к разрыву договора с конкурентом;
- ✓ подкуп работника продавца (поставщика);
- ✓ подкуп работника покупателя;
- ✓ неправомерное использование информации, составляющей коммерческую тайну;

✓ реализация товара с предоставлением потребителю недостоверной информации в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара и (или) его производителей;

✓ некорректное сравнение субъектом рынка производимых и (или) реализуемых им товаров с товарами, производимыми и (или) реализуемыми другими субъектами рынка.

Далее представлен анализ в разрезе видов недобросовестной конкуренции.

Согласно статье 178 Предпринимательского Кодекса, **неправомерным использованием средств индивидуализации товаров, работ, услуг, а также объектов авторского права** является незаконное применение чужого товарного знака, знака обслуживания, уникального наименования, наименования места происхождения товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров, или использование без разрешения правообладателя или уполномоченного на то лица названий литературных, художественных произведений, периодических изданий, или использование их на упаковке в виде, который может ввести потребителя в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей [1].

Указанная форма недобросовестной конкуренции направлена на использование отличительных особенностей конкурирующего товара, услуги применение его элементов, создание идентичности, что ведет к введению в заблуждение

Вместе с тем, Парижская конвенция об охране промышленной собственности аналогично признает недобросовестной конкуренцией **сведения, информацию** применение которой в рамках предпринимательской деятельности может вводить потребителей в заблуждение касательно свойств реализуемого товара, услуги.

Кейс №1

Антимонопольным органом по результатам анализа сведений о нарушении антимонопольного законодательства в действиях ТОО «1», установлено следующее.

Согласно представленной информации Национальным институтом интеллектуальной собственности комбинированное обозначение «Ломабард» зарегистрировано в качестве товарного знака по свидетельству № 40130 за владельцем – ТОО «1» и действует до 9 февраля 2022 г. в отношении товаров и услуг, указанных в 14, 35, и 36 классах Международной Классификации товаров и услуг 10 редакции.

В данном свидетельстве словесное обозначение «ЛОМБАРД» вынесено из под охраны, согласно пп.6 п. 1 ст.6 Закона о товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании мест происхождения товаров Республики Казахстан.

Вместе с тем, в надписи «АКСАЙЛОМБАРД» присутствует обозначение сходное по степени смешения, с частью зарегистрированного комбинированного товарного знака «М-ЛОМБАРД», выражающееся в использовании оригинального исполнения надписи «ЛОМБАРД», в котором буква «О» выполнена в виде стилизованного изображения ограненного драгоценного камня, усиливающееся за счет тождественной цветовой гаммы исполнения этих двух обозначений, а именно с использованием желтого фона и букв черного цвета.

Вывеска «АКСАЙЛОМБАРД» с использованием изображения бриллианта вместо буквы «О» в слове «ЛОМБАРД», размещена на фасадной части здания торгового дома.

ТОО «Аксай Ломбард» не осуществлялась процедура регистрации товарного знака «Аксай Ломбард».

Уведомление антимонопольного органа в адрес ТОО «Аксай Ломбард» о наличии в его действиях признаков нарушения законодательства Республики Казахстан в области защиты коункренции исполнено.

О неправомерном использовании товара другого производителя предусмотрено в статье 179 Предпринимательского Кодекса. **Неправомерное использование товара другого производителя** – это введение в хозяйственный оборот под своим обозначением товара другого производителя путем изменений либо снятия обозначений производителя без разрешения правообладателя или уполномоченного на то лица[1].

Неправомерное использование товара другого производителя является наиболее распространенным способом введения потребителя в заблуждение суть данного вида правонарушения заключён том, что субъект рынка выдает продукцию конкурента за собственную, в связи с чем используется чужая репутация.

Кейс №2

Смоделированная ситуация

АО «1» и АО «2» являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – производство и реализация молочной продукции.

При этом, АО «1» покупая через посредника продукцию у АО «2», без получения разрешения последнего, путем изменения или снятия обозначений АО «2», начинает вводит в хозяйственный оборот под своим товаром.

Согласно статье 180 Предпринимательского Кодекса **копированием внешнего вида изделия** является воспроизведение внешнего вида изделия другого субъекта рынка и введение его в хозяйственный оборот, которое может

привести к введению в заблуждение потребителя в отношении производителя товара[1].

Копирование внешнего вида изделия направлено на использование отличительных особенностей конкурирующего товара, услуги применение его элементов, создание идентичности, что ведет к введению в заблуждение.

Кейс №3

ТОО «Шин-Лайн» (г. Алматы) производит мороженое, в том числе, «сливочное Крем-брюле» и фасует в вафельные стаканчики, к верхнему слою которого прикрепляет цветную бумажную этикетку круглой формы с надписями «Мороженое» и «Бомба». Данная этикетка зарегистрирована в Комитете по правам интеллектуальной собственности МЮ РК.

ИП «Чернышев В.Д.» (г. Риддер) также производит мороженое, в том числе, «сливочное Крем-брюле» и фасует в вафельные стаканчики, к верхнему слою которого прикрепляет цветную бумажную этикетку круглой формы с надписями «Мороженое» и «БОМБОМ».

Согласно заключению РГП «Национальный институт интеллектуальной собственности» следует: «этикетка мороженого, выпускаемого ИП «Чернышев В.Д.» с неохранными элементами слова «БОМБОМ» в сочетании с шрифтовой графикой (языки пламени, круглая форма этикетки), фонетическим содержанием (слова «БОМБОМ» и «БОМБА»), цветовым оформлением (красный, желтый, оранжевый, зеленый, черный) схожа с оформлением этикетки мороженого, выпускаемого ТОО «Шин-Лайн», элементы которого являются охраняемыми».

Таким образом, этикетка мороженого, используемая ИП «Чернышева В.Д.» является копированием внешнего вида изделия – этикетки мороженого, используемого ТОО «Шин-Лайн».

Постановлением Специализированного административного суда города Риддера от 8 декабря 2017 года ИП «Чернышева В.Д.» привлечен к административной ответственности.

Дискредитация субъекта рынка рассматривается в статье 181 Предпринимательского Кодекса. **Дискредитацией субъекта рынка** является распространение в любой форме заведомо ложных, недостоверных сведений, связанных с деятельностью субъекта рынка. Субъект рынка путем совершения такого рода правонарушений преследует цель переманить потребителей своего конкурента [1]. .

При этом к дискредитации субъекта рынка можно относить сведения, которые не являются достоверными, а также не соответствуют их фактическому значению, к примеру, за счет преувеличения каких либо существенных деталей.

Кейс №4

В рамках рассмотрения обращения ТОО «Метал-Комплект Электра» установлено.

В период с января по апрель 2018 года ТОО «Сервис Плассер Казахстан» направляло в АО «КТЖ» два письма.

В первом письме отмечается, что компанией КРМГ проведен анализ технического состояния путевых машин производства «Плассер и Тойер» находящихся на балансе филиалов АО «КТЖ». Проведенный компанией КРМГ анализ позволил выявить вопиющие факты мошенничества со стороны ТОО «Метал-Комплект Электра».

Во втором письме, ТОО «Сервис Плассер Казахстан» просит отложить проведение закупок работ по ремонту/сервисному обслуживанию специального подвижного транспорта. В противном случае будут ущемлены права других участников конкурса, которые будучи поставлены в неравные условия, будут вынуждены конкурировать с мошеннической компанией.

Таким образом ТОО «Сервис Плассер Казахстан» вышеуказанных письмах дает правовую оценку деятельности заявителя по вопросу мошенничества, при этом документальных доказательств не приводит.

Согласно Конституции Республики Казахстан, лицо считается невиновным в совершении преступления, пока его виновность не будет признана вступившим в законную силу приговором суда.

Антимонопольный орган учитывая отсутствие доказанного факта мошенничества со стороны заявителя, признал действия ТОО «Сервис Плассер Казахстан» неправомерным, и вынес уведомление о наличии в его действиях признаков нарушения антимонопольного законодательства. Уведомление исполнено.

В определении понятия **заведомо ложной, недобросовестной и недостоверной рекламы** статья 182 Предпринимательского Кодекса содержит отсылку к другим законам Республики Казахстан [1].

При этом под рекламой понимается распространяемая и размещаемая в любой форме, с помощью любых средств информация, предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, товарным знакам, работам, услугам и способствовать их реализации [20].

Понятие рекламы является чрезвычайно широким, охватывающим большое количество действий, в связи с чем, заведомо ложная, недобросовестная и недостоверная реклама, может являться наиболее распространенной формой недобросовестной конкуренции.

Вышеуказанный закон содержит также понятие ненадлежащей рекламы, под которой понимается недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и скрытая реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, размещения, установленных законодательством Республики Казахстан.

Основными характеристиками недобросовестной рекламы являются:

1. наличие сравнения рекламируемых товаров (работ, услуг) с товарами (работами, услугами) других физических или юридических лиц, а также высказываний, образов, порочащих честь, достоинства и деловой репутации других физических или юридических лиц;

2. ввод потребителей в заблуждение относительно рекламируемой продукции путем копирования фирменного наименования, товарного знака, фирменной упаковки, внешнего оформления товара, формул, изображений и другого коммерческого обозначения, используемых в рекламе другой продукции, либо посредством злоупотребления их доверием;

3. содержание указания или утверждения, использование которых может ввести в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товара (работ, услуг);

4. дискредитация, унижение физических или юридических лиц, которые не пользуются рекламируемыми товарами (работами, услугами);

5. рекламирование товаров, запрещенных к рекламе законом страны, если такая реклама осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, запрещенного к рекламе, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара [1].

В целом, недостоверной признается реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения в отношении:

1. таких характеристик продукции, как природа, состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия использования, наличие сертификата соответствия, сертификационных знаков и знаков соответствия государственным стандартам, количество, происхождение;

2. наличия продукции на рынке, возможности ее приобретения в определенном месте;

3. стоимости (цены) продукции и дополнительных условий оплаты на момент распространения и размещения рекламы;

4. доставки, обмена, возврата, ремонта и обслуживания продукции;

5. гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности;

6. предполагаемых результатов применения;

7. исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, продукции, выполняемых работ или услуг;

8. прав на использование государственных символов (герба, флага, гимна), а также символов международных организаций;

9. официального признания, получения медалей, призов, дипломов и иных наград;

10. предоставления информации о способах приобретения полной серии продукции, если она является частью серии;

11. результатов исследований и испытаний, научных терминов, цитат из технических, научных и иных публикаций;

12. утверждений о товарах (работах, услугах), осуществляемой предпринимательской деятельности, дискредитирующих физическое или юридическое лицо, промышленную или торговую деятельность других лиц;

13. статистических данных, которые не должны представляться в виде, преувеличивающем их обоснованность;

14. статуса или уровня компетентности производителя, продавца товаров (работ, услуг) или лиц, их рекламирующих.

Заведомо ложной признается реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламодатель) целенаправленно вводит в заблуждение потребителя рекламы. Вместе с тем, что недостоверная реклама и заведомо ложная реклама будет различаться в качестве вида недобросовестной конкуренции лишь недобросовестную рекламу.

Кейс №5

Антимонопольным органом в действиях ТОО «Интернет Туризм» (Chocotravel) усмотрены признаки нарушения антимонопольного законодательства, в части заведомо ложной, недобросовестной и недостоверной рекламы.

В новостном портале была размещена рекламная статья следующего содержания: «Только два дня и только на сайте Chocotravel действуют скидки до 50 процентов на билеты «Эйр Астаны» по направлению Алматы-Москва-Алматы. Условия акции: период продаж 16 и 17 марта 2019 года».

При этом мониторинг сайтов по продаже авиабилетов показал, что цена продажи авиабилетов на сайте Chocotravel, в период с 16 по 17 марта, равнозначна ценам реализации на интернет ресурсах АО «Эйр Астана» и ТОО «Aviata».

Таким образом, утверждение ТОО «Интернет Туризм» что только на их сайте действует скидка до 50 процентов, не соответствует действительности и вводит потенциальных покупателей в заблуждение.

Направленное в адрес ТОО «Интернет Туризм» уведомление о наличии в его действиях признаков нарушения антимонопольного законодательства исполнено.

Согласно статье 183 Предпринимательского Кодекса **реализацией (приобретением) товара с принудительным ассортиментом** являются любые действия продавца (поставщика) или покупателя по установлению дополнительных требований или условий при реализации (приобретении) товара, которые ущемляют права продавца (поставщика), потребителя и которые по своему содержанию или согласно обычаям делового оборота не касаются предмета сделки [1].

Необходимо отметить, что принцип данного вида недобросовестной конкуренции шире его наименования, ввиду того, что в таком случае может

иметь место реализация товара с принудительным ассортиментом, но и установление иных дополнительных условий при реализации товара, при этом реализация товара с принудительным ассортиментом, может оказаться разновидностью злоупотребления доминирующим положением, в случае наличии положения на соответствующем товарном рынке в качестве доминирующего субъекта рынка.

Кейс №6

Постановлением Специализированного межрайонного административного суда по городу Алматы от 11 февраля 2021 года № 7528-20-00-3/26706 АО «Евразийский банк» привлечено к административной ответственности по части 2 статьи 163 Кодекса РК об административных правонарушениях, размер штрафа составляет 4 167 000 тенге.

По результатам расследования установлено, что при получении потребителями займа в банке навязывали услугу страхования жизни и от несчастного случая. К примеру, при получении займа в размере 1,5 млн тенге клиент вынужден был взять дополнительную сумму в размере 432 тысячи тенге, которая навязывалась как услуга по страхованию жизни и от несчастного случая. При отказа от услуг страхования, банковский займ не выдавался.

Таким образом, оказывая заемщику, банковские услуги по предоставлению банковского займа АО «Евразийский банк» одновременно оказало заемщику дополнительно услугу страхового агента, о которой заемщик не просил.

Такое совмещение оказания сразу двух услуг обратившемуся только за банковским займом потребителю, а так же совместная деятельность банка со страховщиком, привели к установлению условий, в результате которых потребитель мог заключить договор страхования только определенными страховщиками-партнерами АО «Евразийский банк».

Призывом к бойкоту продавца (поставщика) или его товара согласно статье 184 Предпринимательского Кодекса являются организованные конкурентом непосредственно или через посредника действия, направленные на отказ покупателей от установления договорных отношений с продавцом (поставщиком) или приобретения его товаров [1].

При этом, по факту недобросовестной конкуренцией могут признаваться любые действия (не только призыв) направленные стимулирование отказа покупателей от заключения договора с субъектами рынка, однако такие действия могут охватить позитивную практику, так как предприниматель в пределах возможности имеет цель в привлечении большего количества клиентов, в связи с чем имеется риск к признанию действий недобросовестными, в то время как действия направлены на повышение спроса со стороны потребителя.

В этой связи, недобросовестной конкуренцией должны признаваться такие действия как недобросовестные методы конкурентной борьбы. Вместе с тем, принцип конкурентной среды заключается в состязательности субъектов рынка, ввиду чего призыв потребителя к приобретению товара, в рамках конкуренции может быть признан как добросовестное поведение конкурирующих субъектов, до тех пор пока не используются недобросовестные методы осуществления предпринимательской деятельности.

Кейс №7

На основании обращения ТОО «Ремэнерго» Антимонопольным органом проведено расследование в отношении ТОО «Костанайский Энергоцентр» (далее – ТОО «КЭЦ»).

В рамках расследования установлено, что в декабре 2019 года и январе 2020 года ТОО «КЭЦ» направило письма государственным учреждениям следующего содержания:

«В соответствии с пунктом 3 статьи 39 Закона Республики Казахстан «О государственных закупках», организации, финансируемые из государственного бюджета и приобретающие услуги энергоснабжения путем государственных закупок из одного источника, обязаны заключать договора электроснабжения гарантирующим поставщиком электрической энергии, в целях бесперебойного энергоснабжения. На основании изложенного, рекомендуем заключить договор электроснабжения на 2020 год с ТОО «КЭЦ», как с гарантирующим поставщиком электрической энергии на территории г. Костанай и Костанайской области.

Дополнительно сообщаем, что нами направлены письма в адрес акима и прокурора Костанайской области о взятии на контроль процедуры заключения договоров электроснабжения бюджетными организациями на 2020 год, в соответствии с требованиями Закона».

Из содержания данных писем следует, что ТОО «КЭЦ» опираясь на то, что оно является гарантирующим поставщиком электрической энергии говорит о необходимости заключения договора на энергоснабжение путем государственных закупок из одного источника.

При этом, статус ТОО «КЭЦ» в качестве гарантирующего поставщика не подтвердился.

Таким образом, действия ТОО «КЭЦ» по направлению писем о необходимости заключения договора способом из одного источника, послужили основанием для отказа от заключения договоров с заявителем и иными субъектами рынка.

По итогам расследования в отношении ТОО «КЭЦ» составлен протокол об административном правонарушении. Штраф оплачен добровольно.

Призыв к дискриминации покупателя (поставщика) рассматривается в статье 185 Предпринимательского Кодекса. Согласно данной статье **призывом**

к дискриминации покупателя (поставщика) являются действия конкурента покупателя (поставщика), непосредственно или через посредника направленные на принуждение поставщика (покупателя) к отказу от заключения договора или применению дискриминирующих условий к иным покупателям (поставщикам) по равнозначным договорам [1].

Согласно данному принципу недобросовестной конкуренции принимается определение «призыва к дискриминации» как любых действий, нацеленных на убеждение поставщика (покупателя) к отказу от заключения договора или применению дискриминирующих условий к иным покупателям (поставщикам).

Кейс №8

Смоделированная ситуация

ТОО «Ак» и АО «Сат» являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – производство и оптовая реализация молочной продукции.

ТОО «Супермаркет» выступает в качестве покупателя молочной продукции, для дальнейшей розничной реализации на своих прилавках.

В целях получения неправомерных преимуществ ТОО «Ак» непосредственно или через посредника начинает принуждать ТОО «Супермаркет» к применению дискриминирующих условий АО «Сат».

В результате таких действий, ТОО «Супермаркет» были внесены изменения в договор с АО «Сат», предусматривающие различные условия по выплате денежных средств, по периодам поставки на продукцию и т.д.

Внесенные изменения ставят АО «Сат» в неравные условия по сравнению с ТОО «Ак».

Согласно статье 186 Предпринимательского Кодекса **призыв к разрыву договора с конкурентом** представляет действия субъекта рынка, направленные на невыполнение или выполнение ненадлежащим образом договорных обязательств иного субъекта рынка — участника договора с конкурентом, путем предоставления или предложения непосредственно или через посредника материального вознаграждения, других преимуществ, либо необоснованного препятствования субъекту рынка в осуществлении им своей деятельности [1].

Суть правонарушения предполагает призыв к разрыву договора с субъектом рынка, а также какие-либо действия, направленные на ненадлежащее исполнение соответствующих обязательств. При этом, данный формат нарушения весьма тяжело доказуем, в том числе ввиду необходимости фактов и доказательств коммерческого подкупа сотрудников конкурента, при этом преследуется цель создания условий для ненадлежащего выполнения обязательств исполнителем договорных отношений с конкурентом.

Кейс №9

Смоделированная ситуация

ТОО «Ак» и АО «Сат» являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – производство и оптовая реализация молочной продукции.

ТОО «Супермаркет» выступает в качестве покупателя молочной продукции, для дальнейшей розничной реализации на своих прилавках.

В целях устранения своего основного конкурента, ТОО «Ак» путем предоставления материального вознаграждения ТОО «Супермаркет» принуждает к отказу от заключения договора с ТОО «Сат».

В результате таких действий ТОО «Ак» получает неправомерное преимущество, ввиду получения дополнительных продаж своей продукции.

Вопрос подкупа работника продавца (поставщика) рассматривается в статье 187 Предпринимательского Кодекса. **Подкупом работника продавца (поставщика)** является предоставление ему конкурентом покупателя непосредственно или через посредника имущества или неимущественных благ за ненадлежащее исполнение или неисполнение работником продавца (поставщика) служебных обязанностей, что приводит или может привести к получению конкурентом покупателя определенных преимуществ перед покупателем и (или) убыткам покупателя [1].

Вышеуказанные формы недобросовестной конкуренции в большинстве случаев являются видами недобросовестной конкуренции, определенные Предпринимательским Кодексом Республики Казахстан, в том числе как совершение действий по подкупу контрагента продавца (покупателя).

Кейс №10

Смоделированная ситуация

ТОО «Дукен» и АО «МАГ» (покупатели) являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – реализация продуктов питания.

ТОО «Базар» выступает в качестве оптового реализатора продуктов питания.

ТОО «Дукен» в целях получения преимуществ перед АО «МАГ», путем подкупа работника ТОО «Базар» принуждает его к ненадлежащему исполнению своих служебных обязанностей именно перед АО «МАГ» (самостоятельный отказ реализации товара, требование дополнительных документов и т.д.).

Данные действия ТОО «Дукен» через работника ТОО «Базар» приводят к получению определенных преимуществ перед АО «МАГ».

Согласно статье 188 Предпринимательского Кодекса **подкупом работника покупателя** является предоставление ему конкурентом продавца (поставщика) непосредственно или через посредника имущества или неимущественных благ за ненадлежащее исполнение или неисполнение

работником покупателя служебных обязанностей, что приводит или может привести к получению конкурентом продавца (поставщика) определенных преимуществ перед продавцом (поставщиком) и (или) убыткам продавца (поставщика) [1].

Вышеуказанные формы недобросовестной конкуренции в большинстве случаев являются видами недобросовестной конкуренции, определенные Предпринимательским Кодексом Республики Казахстан, в том числе как совершение действий по подкупу контрагента продавца (покупателя).

Кейс №11

Смоделированная ситуация

ТОО «ДАК» и АО «Саят» (продавцы) являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – производство и оптовая реализация молочной продукции.

ТОО «Супермаркет» выступает в качестве покупателя молочной продукции, для дальнейшей розничной реализации на своих прилавках.

ТОО «ДАК» путем подкупа работника ТОО «Супермаркет» принуждает его к ненадлежащему исполнению своих служебных обязанностей именно перед АО «Саят» (самостоятельный отказ от покупки продукции, требование дополнительных документов и т.д.).

Данные действия ТОО «Дак» через работника ТОО «Супермаркет» приводят к получению определенных преимуществ перед АО «Саят».

В статье 189 Предпринимательского Кодекса рассматривается вопрос **неправомерного использования информации, составляющей коммерческую тайну**, который предусматривает использование без разрешения правообладателя при осуществлении предпринимательской деятельности сведений, составляющих в соответствии с законодательством Республики Казахстан коммерческую тайну [2].

Кейс №12

Смоделированная ситуация

ТОО «1» и ТОО «2» являются юридическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность на одном и том же товарном рынке – предоставление платных образовательных услуг, следовательно, являются конкурентами.

ТОО «1» утверждён перечень сведений, составляющих коммерческую тайну, к которой, в частности, отнесена: «персональные данные клиентов». Сотрудники ТОО «1» в целях охраны такой информации, подписывают обязательства о неразглашении коммерческой тайны и конфиденциальной информации. Обязательство распространяется в том числе и к лицам, прекратившим трудовые отношения в течение пяти лет.

ТОО «2» достоверно зная, что менеджер по работе с клиентами ТОО

«1» Ким А. располагает коммерческой информацией ТОО «1» (персональные данные клиентов) предлагает ему лучшие условия труда.

Далее, сотрудник ТОО «1» Ким А, после получения вышеуказанного предложения переходит в ТОО «2» на должность – главного менеджера по работе с клиентами.

После трудоустройства Ким А., все клиенты ТОО «1» начинают получать телефонные звонки и электронные письма с предложением заключить договора на более выгодных условиях по сравнению с ТОО «1».

В результате таких действий, львиная доля клиентов ТОО «1» прекращают взаимоотношения с последним, путем заключения договоров с ТОО «2».

В рассматриваемом случае действия ТОО «2» являются актом недобросовестной конкуренции, так как направлены на получения неправомерных преимуществ, путем использования информации, составляющей коммерческую тайну.

Реализация товара с предоставлением недостоверной информации рассматривается в статье 190 Предпринимательского Кодекса. **Реализация товара с предоставлением недостоверной информации** – это предоставление потребителю в любой форме недостоверной информации в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара и (или) его производителей [1].

К оценке данной формы недобросовестной конкуренции должна допускаться реклама с использованием прилагательных в превосходной степени (самый лучший, самый теплый и т. д.).

Реклама по своей природе является инструментом для реализации товаров рекламодателя, и субъект рынка имеет право представлять себя и свои товары в выгодном свете в глазах потребителей в рамках предпринимательской деятельности.

В качестве примера из практики американских судов, которые положительно относятся к рекламе использованием прилагательных в превосходной степени, даже если она ведется в сравнительном ключе.

В 1976 г. Верховный Суд США признал, что на рекламные сообщения распространяется действие поправки к Конституции о свободе выражения мнений (дело Virginia State Board of Pharmacy v. Virginia Citizens Consumer Council Inc.).

Кейс №13

В рамках рассмотрения обращения ТОО «Молочный завод «Солнечный» установлено, что на рынках и в супермаркетах г. Уральск и Западно-Казахстанской области в продаже появился молокосодержащий продукт «Зорькин луг» с датой выработки сентябрь, октябрь 2019 года. Согласно маркировке на упаковке, производителем является ТОО «Молочный завод «Солнечный», а заказчиком ТОО «Молочная страна».

Антимонопольным органом установлено, что заявителем (ТОО «Молочный завод «Солнечный») данный продукт не изготавливался, следовательно, маркировка о наименовании и месте нахождения изготовителя на упаковке продукта «Зорькин луг» используется незаконно и является недостоверной информацией.

После получения уведомления антимонопольного органа от 14 декабря 2019 года ТОО «Молочная страна» данная продукция была убрана с прилавков.

Некорректное сравнение субъектом рынка производимых и (или) реализуемых им товаров с товарами, производимыми и (или) реализуемыми другими субъектами рынка рассматривается в статье 191 Предпринимательского Кодекса.

Согласно данной статье публичные высказывания, заявления, утверждения в любой форме и с помощью любых средств, в которых свои товары сопоставляются с товарами (причисляются к товарам) других субъектов рынка, включая использование превосходной степени, в отсутствие документального подтверждения заявленного превосходства своего товара над товаром конкурента (причисления своего товара к товарам конкурента) является **некорректным сравнением субъектом рынка производимых и (или) реализуемых им товаров с товарами, производимыми и (или) реализуемыми другими субъектами рынка [1].**

Понятие «корректность» означает:

- во-первых, тактичность в обращении с людьми, вежливость, учтивость;
- во-вторых, точность, правильность, четкость.

В данном случае правонарушением признается сравнение, которое выражается в несоответствующих, вводящих в заблуждение методах предоставления информации. При этом необязательно, чтобы информация была заведомо ложной и/или недостоверной.

Вместе с тем, имеются 2 формы некорректного сравнения: позитивное сравнение (мой товар ничем не хуже товара моего конкурента) и негативное сравнение (мой товар качественнее товара конкурента).

В первом случае эффект строится на ранее имеющего определенную репутацию определенного товара. При этом используется позиция другого лица, достигнутая в рамках осуществления своей предпринимательской деятельности. Во втором случае представление информации за счет указания не полных сведений путем указания отдельных характеристик в которых субъект не указывает преимущества конкурентного товара.

Однако к квалификации таких действий требует тщательного и внимательного подхода, поскольку сравнение товаров основывается на достоверной информации, является полезной для конечных потребителей.

Кейс №14

Антимонопольным органом в отношении ТОО «Айс-плюс» проведено расследование по факту некорректного сравнения производимых и (или)

реализуемых им товаров с товарами, производимыми и (или) реализуемыми другими субъектами рынка.

Расследование проведено по обращению АО «Компания ФудМастер», которое является конкурентом ТОО «Айс-плюс» по реализации и производству молочных продуктов.

ТОО «Айс-плюс» разместило баннер на парадном входе гипермаркета, со следующим слоганом: «Лучше родное, чем привозное. Сделано в г.Актобе. А где сделаны Ваши продукты?». Помимо вышеуказанного баннера, по городу курсировал автомобиль с аналогичным рекламным слоганом.

Публичное утверждение о том, что «Лучше родное, чем привозное. Сделано в г.Актобе. А где сделаны Ваши продукты?» является некорректным, поскольку здесь субъект рынка сопоставляют товары с использованием превосходной степени, при отсутствии документального подтверждения заявленного превосходства товара над товарами конкурентов.

По итогам судебных разбирательств, Специализированным межрайонным экономическим судом Актюбинской области от 8 мая 2019 года № 1513-19-00-2/742г решение антимонопольного органа признано законным.

Таким образом, исследование практики по недобросовестной конкуренции позволяет сделать вывод о том, что каждая форма проявления недобросовестной конкуренции индивидуальна и ее трактовка как таковой довольно субъективна не только в отношении отдельных людей, но и культур, которые имеют свои моральные ценности и, следовательно, свое отношение к различным проявлениям недобросовестной конкуренции.

При этом, в регулировании недобросовестной конкуренции играют важную роль меры, принимаемые уполномоченным органом в случае наличия признаков нарушения законодательства Республики Казахстан в области недобросовестной конкуренции. Территориальные департаменты Агентства по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан (уполномоченный орган в области защиты конкуренции) вправе в своей деятельности применять любые меры антимонопольного реагирования в пределах своей компетенции.

Мерами антимонопольного реагирования являются действия по предупреждению, выявлению, пресечению нарушений антимонопольного законодательства и устранению их последствий, а также привлечению к ответственности виновных лиц, осуществляемые антимонопольным органом, в пределах своей компетенции.

Нарушениями антимонопольного законодательства признаются деяния (действия, бездействия) субъектов рынка и государственных органов, противоречащие антимонопольному законодательству.

При этом согласно статье 226 Предпринимательского кодекса предусмотрены следующие меры антимонопольного реагирования.

Во-первых, антимонопольный орган вправе давать субъектам рынка обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения норм настоящего Кодекса и (или) устранении его последствий, восстановлении первоначального положения, расторжении или изменении договоров, противоречащих настоящему Кодексу, также необходимости отмены сделок путем расторжения или признания их недействительными при регулировании экономической концентрации.

Во-вторых, антимонопольный орган может давать государственным, местным исполнительным органам, организациям, наделенным государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка, следующие предписания, обязательные для исполнения:

- предписание об отмене или изменении принятых ими актов;
- предписание об устранении нарушений, а также расторжении;
- предписание об отмене или изменении заключенных ими соглашений и сделок, противоречащих настоящему Кодексу;
- предписание о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

В третьих, антимонопольный орган вправе рассматривать дела об административных правонарушениях в области защиты конкуренции и ограничения монополистической деятельности и налагать административные взыскания в порядке, установленном Кодексом Республики Казахстан об административных правонарушениях.

В-четвертых, антимонопольный орган может обращаться в суд с исками и заявлениями, а также участвовать в процессах при рассмотрении судами дел, связанных с применением и нарушением законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции.

Вместе с тем, при нарушении норм Предпринимательского Кодекса субъекты рынка, государственные органы, местные исполнительные органы обязаны в соответствии с предписаниями антимонопольного органа прекратить нарушение и устранить его последствия, восстановить первоначальное положение. Также они должны расторгнуть договор и заключить договор с другим субъектом рынка или внести в него изменения, отменить акт, признанный антимонопольным органом не соответствующим законодательству Республики Казахстан в области защиты конкуренции, выполнить иные действия, предусмотренные предписанием. Кроме того, субъекты рынка, государственные органы, местные исполнительные органы обязаны возместить причиненные убытки в соответствии с гражданским законодательством, также исполнить постановление антимонопольного органа о наложении административного взыскания в порядке, установленном Кодексом Республики Казахстан об административных правонарушениях.

Антимонопольный орган осуществляет контроль за исполнением выданных предписаний.

В случае неисполнения предписания антимонопольный орган вправе обратиться в суд с иском о понуждении субъекта рынка, государственного

органа, местного исполнительного органа исполнить предписание антимонопольного органа.

Также, благодаря успешному сотрудничеству между антимонопольным органом Казахстана и Комитетом по конкуренции Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), предпринят ряд шагов, направленных на повышение эффективности конкурентной политики в Республике Казахстан.

На базе Обзора конкурентной политики и законодательства Республики Казахстан, проведенного ОЭСР, значительно усовершенствовано антимонопольное законодательство Республики Казахстан на основе передовой международной практики.

В частности, внедрен новый инструмент антимонопольного регулирования в отношении субъектов рынка, такой, как институт уведомления о наличии в действиях (бездействиях) субъекта рынка признаков нарушения антимонопольного законодательства, позволяющий субъекту бизнеса до начала процедуры расследования исправить свои нарушения без применения мер антимонопольного реагирования.

Целью внедрения нового инструмента антимонопольного воздействия явилось применение предупредительных мер без проведения расследования и привлечения к ответственности при наличии признаков нарушений законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции.

Кроме того, запрещается и признается недействительной недобросовестная конкуренция (статья 177 ПК РК), а также антиконкурентные действия (бездействие), соглашения государственных, местных исполнительных органов, организаций, наделенных государством функциями регулирования деятельности субъектов рынка (статья 194 ПК РК). Выявление и пресечение нарушений законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции осуществляется в рамках процедуры расследования.

Вместе с тем, за последние годы проведена работа в части снижения административной нагрузки на субъекты рынка путем перевода 90% нарушений законодательства в области защиты конкуренции на уведомительный характер.

Таким образом, произведена концентрация усилий антимонопольного органа на самых серьезных антимонопольных нарушениях: недобросовестной конкуренции, злоупотребления доминирующим положением, в части установления и поддержания монопольно высокой (низкой) цены и антиконкурентных горизонтальных и некоторых видов вертикальных соглашений, согласно рисунку Рисунку №1[2].

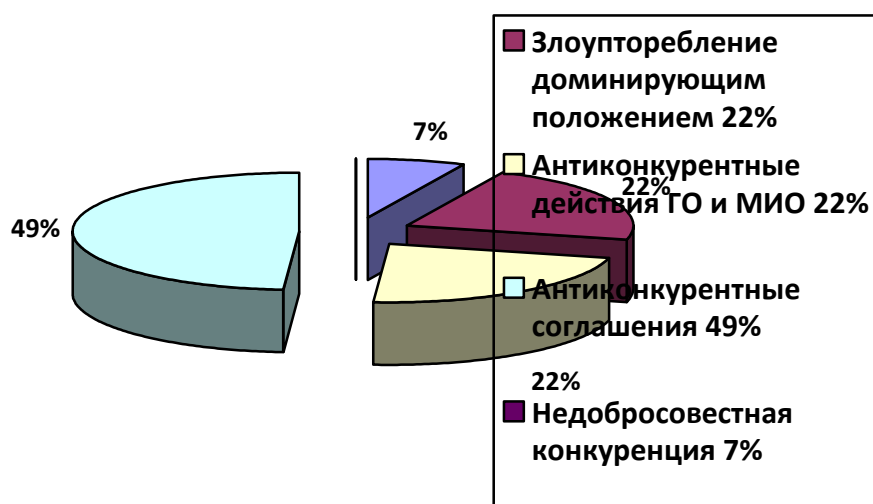


Рис. 1 - перечень наиболее серьезных правонарушений выраженных в % соотношении

Всего за период 2019 года завершено 87 расследований в отношении 128 субъектов рынка и 19 государственных органов (в 2018 году – 173 расследований в отношении более 200 субъектов рынка и около 100 государственных или местных исполнительных органов). При этом, из завершенных 87 расследований 69 завершены с выявлением нарушений, из них: 1) по факту антиконкурентных соглашений 43 расследования; 2) по факту антиконкурентных действий (бездействие), государственных, местных исполнительных органов 19 расследований; 3) по факту злоупотребления доминирующим или монопольным положением 19 расследований; 4) по факту недобросовестной конкуренции 6 расследований.

Вместе с тем, как показывает статистика за период 2019, 2018 и 2017 гг. существенно увеличивается количество вынесенных уведомлений, в связи с расширением перечня нарушений, переведённых на предупредительный характер.

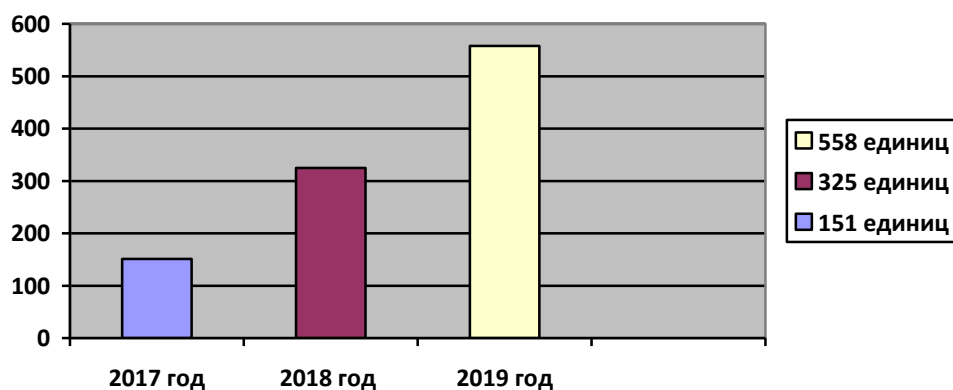


Рис. 2 – количество внесенных Уведомлений за период 2017г, 2018г и 2019 г.

Как видно из выше представленной диаграммы, Рисунка №2 [2]., в целях снижения административной нагрузки на бизнес среду, отмечается положительная динамика по устранению и пресечению нарушений, в том числе путем исполнения уведомлений о наличии признаков нарушения законодательства в области защиты конкуренции.

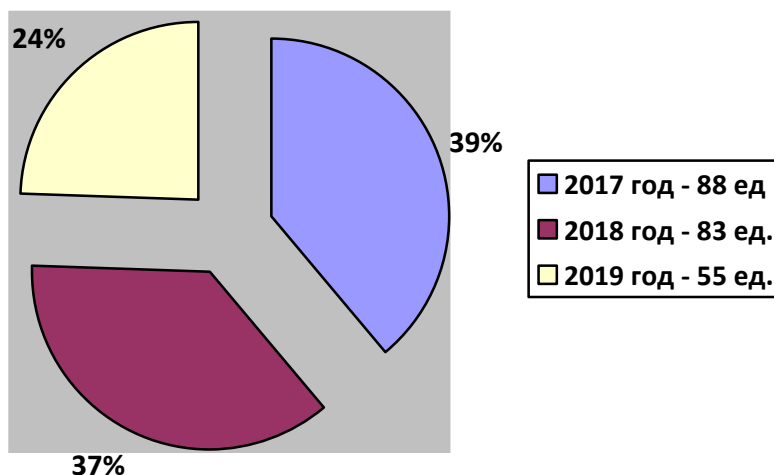


Рис. 3 - Количество внесенных уведомлений в части недобросовестной конкуренции

При этом, в части недобросовестной конкуренции, согласно Рисунку №3[2]., за период 2019 года внесено 55 уведомлений (10%), за период 2018 года 83 уведомления (25 %) и за период 2017 года 88 уведомлений (58%).

Необходимо отметить международные исследования в части развития бизнеса и его процессов, одним из которых является исследование проводимые «Doing Business» («Ведение бизнеса»), по результатам анализа составляются соответствующие рейтинги стран мира по наличию благоприятных условий ведения бизнеса. Исследование проводится по методике Всемирного банка и Международной финансовой корпорации (входит в группу Всемирного банка), основанием которого является совокупный анализа нормативно-правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, а также общедоступных статистических данных о регулировании предпринимательской деятельности.

Всемирный банком систематически составляется рейтинг из 190 государств на основании которых проводится анализ бизнес процессов. При этом, анализ ведется по 10 индикаторам, включая такие индикаторы как затраты времени и финансовых средств на образование нового бизнеса, наличие барьеров, доступ к энергетическим комплексам (*газ, энергия, тепло*), а так же иные административные, социальные барьеры.

Так по результатам проведенного анализа Казахстан занял 25 место, поднявшись на 3 позиции выше по сравнению с 2018 годом (28 место), что указывает на наличие положительной динамики состояния бизнес среды. В связи с чем, необходимо далее развивать достигнутый прогресс по данному рейтингу: среди вышеуказанного количество стран Казахстан второй год

подряд находится в топ-30 стран мира, а в а за период последних 4 лет - входит в 10-ку наиболее эффективных стран в рамках анализа «Doing Business».

Повышение позиций Казахстана также связано с проводимыми изменениями реформами на соответствующих товарных рынках и законодательстве, целью которых, в том числе является сокращение административных процедур, применение превентивных мер в отношении субъектов рынка и т.д.

В свою очередь, в пределах своих компетенций антимонопольным органом систематически рассматриваются предложения, процессы направленные на развитие конкуренции и удовлетворении бизнес-климата.

Взаимодействие бизнес среды и принципов добросовестной конкуренции сильно взаимосвязано, так как они направлены на повышение экономической стабильности, повышение рейтингов бизнес среды Казахстана свидетельствует об эффективности принимаемых мер направленных на ее развития в том числе защите и развитию конкуренции.

Это повысило роль антимонопольного регулирования при реализации экономической политики и эффективность координации деятельности центральных и местных исполнительных органов, обязанных, согласно Кодексу, оказывать содействие в развитии конкуренции.

В целом реализация данных рекомендаций позволило повысить качество анализов товарных рынков – основного инструмента антимонопольного регулирования, снизить число расследований по фактам малозначительных нарушений путем расширения инструментов предупреждения, сосредоточить усилия на выявлении наиболее опасных для экономики страны картельных соглашений.

Тем самым, осуществлен переход от «защитной» модели конкурентной политики, направленной, прежде всего, на выявление нарушений, к «активной» конкурентной политики, обеспечивающей проведение качественных анализов товарных рынков и выработку решений, оказывающих системное влияние на состояние конкуренции.

Для реализации новой конкурентной политики изменены подходы и методология проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды. В частности, внедрены новые качественные характеристики, такие как наличие барьеров на рынках, возможность влияния на условия обращения товара, состояния конкуренции при определении монопольного, доминирующего в соответствии с подходами и методиками, применяемыми в странах ОЭСР.

С учетом опыта зарубежных стран в текущем году будут разработаны отраслевые и региональные стандарты развития конкуренции на товарных рынках, что позволит акцентировать усилия государственных органов на выполнении целевых показателей конкуренции, таких как уровень концентрации товарных рынков, число предпринимателей, особенно малого, среднего бизнеса, объемы закупок из одного источника, динамика изменения цен и прочих индикаторов.

Таким образом, в настоящее время усматривается постепенное изменение политики уполномоченного органа в области защиты конкуренции, выраженное в переходе от карательного к профилактическому подходу взаимодействия с субъектами рынка, направленному на создание конкурентных условий на товарных рынках для всех субъектов предпринимательства.

Заключение

Антимонопольное регулирование является одним из важных факторов, который играет важную роль в развитии любой страны. Государство, одно из первых внедрившее на законодательном уровне акт антимонопольного регулирования, сегодня является страной с самой мощной экономикой в мире.

При этом, всякий акт на конкурентном рынке, противоречащий добросовестным обычаям в предпринимательских делах может быть определён как недобросовестная конкуренция.

В настоящее время основные нормы недобросовестной конкуренции рассматриваются в таких нормативных правовых актах, как Гражданский Кодекс Республики Казахстан (далее – Гражданский Кодекс) и Предпринимательский кодекс Республики Казахстан (далее – Предпринимательский кодекс). При этом, определение недобросовестной конкуренции Предпринимательского кодекса отличается от ее определения в Гражданском Кодексе Республики Казахстан.

В целом на практике институт недобросовестной конкуренции позволил устранять правонарушения и причины их возникновения, в связи с чем целях гуманизации антимонопольного законодательства и дерегулирования бизнеса, введен институт уведомлений, который явился превентивной мерой для недопущения нарушений в области защиты конкуренции.

В настоящее время многие воспринимают антимонопольный орган как «инструмент карательного характера в руках Правительства», необходимо изменить данный образ, став органом который «поможет исправить, способствовать развитию», а не который «имеет своей целью лишь наказание».

Таким образом, данными действиями можно добиться ответственности, открытости, обратной связи от бизнеса и прозрачности самого антимонопольного органа.

Для повышения эффективности регулирования недобросовестной конкуренции предлагается внесение изменений в законодательство по дополнению определениями терминов и действий, имеющих двойное, а то и тройное толкование. Это в свою очередь, является не позволительным в такой экономически и административно важной отрасли законодательства, так как может привести к недобросовестным действиям должностных лиц, и соответственно недоверию со стороны бизнеса к антимонопольному органу и государственной службе в целом.

Результатом совокупности вышеуказанных действий будет являться снижение нарушений норм антимонопольного законодательства, развитие принципов добросовестной конкуренции, повышение конкурентоспособности Казахстана на мировых рынках и экономической стабильности страны в целом, активизируется малый и средний бизнес.

Следует отметить, что эффективный антимонопольный орган, это стабильная экономика и сильное государство.

В рамках гуманизации антимонопольного законодательства и дерегулирования бизнеса, введен институт уведомлений, позволяющий организациям избежать серьёзных последствий, таких как проведение расследований, участие в многочисленных и долговременных судебных тяжбах, а также крупных административных санкций, отнимающих время, деньги и трудовые ресурсы, которые могут быть направлены на развитие и оптимизацию бизнеса.

В связи с чем, также предлагается расширить перечень нарушений, по которым предусмотрено внесение уведомлений без проведения расследования, а также уменьшить штрафные санкции для малого и среднего бизнеса, так как они могут оказаться не подъемными для развивающихся организаций.

Список использованных источников

6 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.

7 Гражданский Кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-XIII.

8 Т.Б. Оберт Теория конкуренции: учебное пособие для студентов экономических специальностей. – Саратов: Изд-во «Саратовского государственного университета им Н.Г.Чернышевского», 2014. – 80с

9 Юрист А. Бикебаев «ПРОБЛЕМЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ»
<https://szp.kz/publication/36-problemy-zakonodatelnogo-opredeleniya-nedobrosovestnoy-konkurentsii>

10 «Отчет о состоянии конкуренции на отдельных товарных рынках и принимаемых мерах по ограничению монополистической деятельности за 2019 год» Агентство по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан от 8 июля 2020 год

11 Артемьев, И.А. Основания антимонопольной политики государства / И. Артемьев, А. Сушкевич // Экономическая политика. – 2017 - № 4. – С. 203-206.

12 Городов, О.А. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика. - М.: / О.А. Городов // Статут, 2018. С. 48-52.

13 Дозорцев, В.А. Недобросовестная конкуренция или несправедливая / В.А. Дозорцев // Юридический мир. – 1997. - № 4. - С. 29.

14 Коковихин, Ю. В. Недобросовестная конкуренция. Нормативно-правовое регулирование и правоприменительная практика / Акционерное общество: вопросы корпоративного управления./ Ю.В. Коковихин // - 2014. - № 6. - С.31-39.

15 Философия права [электронный ресурс] URL: https://studbooks.net/818787/marketing/etapy_razrabotki_konkurentnoy_strategii (дата обращения: 10.11.2018)

16 Новиков, В.В. К вопросу об отмене антимонопольного законодательства / В.В. Новиков // Экономическая политика. – 2016. - №9. С.76-81.

17 Юданов, А.Ю. Опыт конкуренции в России. Причины успехов и неудач /А.Ю. Юданов. //М.: КноРус, 2017 – С.44-46.

18 Особенности недобросовестной конкуренции в современной экономике России [электронный ресурс] URL: https://otherreferats.allbest.ru/law/00176219_0.html (дата обращения: 23.11.2018)

19 Портер, М. Международная конкуренция / Пер. с англ.; Под редакцией и предисловие В.Д. Щетинина./ Портер М. // – М.: Международные отношения, 2016. – С.35-40.

20 В. Письма Джона Шермана и происхождение антимонопольного законодательства // Экономическая политика/ В. Трескен - 2017. - № 4 – С.145-149.

21 История правового регулирования [электронный ресурс] URL: <https://moluch.ru/archive/206/50376/> (дата обращения: 26.10.2018)

22 Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. / Ф.А. Хайек // СПб.: Пневма, 2017 - С.79-83.

23 Виды недобросовестной конкуренции [электронный ресурс] URL: <https://poznayka.org/s47877t1.html>. (дата обращения: 23.11.2018)

24 Конституция Республики Казахстан принята на Республиканском Референдуме 30 августа 1995 года

25 Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III «О рекламе»

Аналитическая записка

Автор проекта: Тайжанов Ш.

Научный руководитель: Хамбар Б.

кандидат экономических наук

Идея проекта	Повышение эффективности регулирования недобросовестной конкуренции на товарных рынках Республики Казахстан
Проблемная ситуация (кейс)	<p>Положения статьи 11 Гражданского Кодекса Республики Казахстан и Парижской конвенции об охране промышленной собственности 1883 года (членом которой является Республика Казахстан), полагают что акт недобросовестной конкуренции может быть определён как всякий акт на конкурентном рынке, противоречащий добросовестным обычаям в предпринимательских делах. Кроме того, в данной конвенции содержится (неисчерпывающий) перечень недобросовестных конкурентных действий.</p> <p>В свою очередь Предпринимательский Кодекс от 29 октября 2015 года, указывает на закрытый перечень признаков из 14 признаков недобросовестной конкуренции</p> <p>Таким образом, положение профильного законодательства противоречат нормам гражданского и международного права, что ведет в случае допущения субъектами рынка акта недобросовестной</p>

	<p>конкуренции не указанного в перечне предпринимательского кодекса, избежать соответствующей ответственности.</p>
<p>Имеющиеся решения данной проблемы</p>	<p>В рамках рассмотрения споров в области недобросовестной конкуренции в рамках части первой статьи 177 Предпринимательского Кодекса Республики Казахстан и применение общих правовых норм гражданского законодательства Республики Казахстан.</p> <p>Преимущества: недопущение недобросовестных действий со стороны субъектов рынка, повышение конкуренции, развитие экономики</p> <p>Недостатки: затяжные судебные разбирательства требующие человеческих ресурсов, вероятность негативной судебной практики</p>
<p>Предлагаемое решение данной проблемы</p>	<p>Внесение изменений в Предпринимательский кодекс в части ограничения видов недобросовестной конкуренции, приведение норм законодательства в соответствие и гармонизации</p> <p>Возможности: Повышение эффективности регулирования недобросовестной конкуренции</p> <p>Риски: Ввиду необходимости времени и человеческих ресурсов для внесения</p>

	данных изменений, имеется вероятность затягивания необходимых юридических процессов.
Ожидаемый результат	Недопущение в дальнейшей практике недобросовестных действий со стороны субъектов рынка, приведение законодательства к нормам права.
Литература	<p>Предпринимательский кодекс Республики Казахстан Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V ЗРК.</p> <p>Гражданский Кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-ХІІІ.</p>