

Шерматова Ж.Р.

УКУКТУК АТААНДАШТЫКТЫ ЖӨНГӨ САЛУУНУН
АЙРЫМ АСПЕКТИЛЕРИ

Шерматова Ж.Р.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
КОНКУРЕНЦИИ

J.R. Shermatova

SOME ASPECTS ON LEGAL REGULATION OF COMPETITION

УДК: 346.21/347

Бул макалада укуктук атаандаштыкты жөнгө салуунун кээ бир аспектилери жөнүндө сөз болот, жана адилеттүү эмес атаандаштыктын формалары мүнөздөлөт.

Негизги сөздөр: атаандаштык, укуктук жөнгө салуу, Кыргыз Республикасынын мыйзамдары, базар, экономикалык мамилелер.

В этой статье говорится о некоторых аспектах правового регулирования конкуренции, а также характеризуются формы недобросовестной конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, правовое регулирование, законы Кыргызской Республики, рынок, экономические отношения.

This article deals with some aspects of competition law regulation, as well as with forms of unfair competition.

Key words: competition, legal regulation, laws of the Kyrgyz Republic, market, economic relations.

Изучая деятельность фирм, экономическая наука обнаружила, что наиболее последовательно фирмы, стремятся к достижению наивысшей экономической эффективности лишь в ситуации совершенной конкуренции. «Под совершенной конкуренцией понимают ситуацию на рынке, когда ни одна фирма не в силах в одиночку изменить условия формирования рыночного равновесия» [5, с. 116].

Впервые законодательное закрепление понятия конкуренции осуществлено в Законе КР об ограничении монополистической деятельности, развитии и защите конкуренции от 15 апреля 1994 года, направленном на развитие организационных и правовых основ конкуренции с целью стимулирования развития рыночной экономики.

Конкуренция представляет собой свободную состязательность хозяйствующих субъектов на товарном рынке, когда их действия эффективно препятствуют монополизации с целью повышения цен на рынке и стимулируют производство товаров, требующихся потребителю. Данное определение основной целью конкуренции называет недопущение самостоятельных действий предпринимателей, которые в одностороннем порядке способны воздействовать на общие условия обращения конкретных товаров. Законодательно закрепленное понятие конкуренции соответствует совершенной модели товар-

ного рынка и определяет создание и поддержание конкурентной среды путем установления правовых гарантий, препятствующих нарушению законодательных норм участниками рынка.

Степень развития конкуренции зависит:

- 1) от экономического состояния рынка;
- 2) от форм рынка, представленных полиполией, олигополией, монополией;
- 3) мотивов для конкуренции среди участников экономических отношений;
- 4) влияния государственных органов на развитие экономических отношений на товарном рынке.

В противовес конкуренции определено понятие *недобросовестная конкуренция*. Три основных признака характеризуют недобросовестную конкуренцию. Исходным является ее понимание как любых действий хозяйствующих субъектов, направленных на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности.

Вторым существенным признаком является оценка действий хозяйствующего субъекта, его поведение не должно противоречить положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота. Нарушение норм законодательства дает основание усматривать противоправное деяние.

Третий признак предусматривает наступление вредных последствий в результате действий хозяйствующего субъекта, нарушающих и юридические, и социальные нормы. Чтобы констатировать наличие недобросовестной конкуренции, требуется доказать, что указанные действия могут причинить (или причинили) убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации.

Одновременное присутствие в действиях хозяйствующего субъекта всех трех признаков характерно для недобросовестной конкуренции.

Закон КР об ограничении монополистической деятельности, развитии и защите конкуренции к запрещенным относит пять конкретных форм. Все формы объединяет то, что они подрывают принцип честной предпринимательской деятельности – правдивость во взаимосвязях всех участников рыночных отношений и прежде всего непосредственно самих предпринимателей.

Первая форма – распространение ложных, не-

точных сведений (представление точных сведений в ложном свете), способных нанести ущерб деловой репутации другого хозяйствующего субъекта. Эта форма – одна из самых распространенных в предпринимательстве, ее цель состоит в дезорганизации конкурентной среды и рыночных отношений, выражается в необоснованной дискредитации каким-то хозяйствующим субъектом одного или нескольких предпринимателей с тем, чтобы отвлечь от них своих потенциальных покупателей и привлечь их внимание к собственным товарам. Такими действиями наносится вред не только беспричинно опороченным хозяйствующим субъектам, но и покупателям, потребителям товаров, дезориентированным распространением ложных, неточных и искаженных сведений.

Вторая форма – введение в заблуждение потребителей относительно характера, способа и места изготовления, свойств, пригодности к применению или качества товаров. Она является обратной стороной первой формы недобросовестной конкуренции. Общее у них то, что через посредство обеих форм распространяется неверная информация, вводятся в заблуждение покупатели, потребители с целью создания на рынке преимуществ для товаров хозяйствующего субъекта, прибегающего к недобросовестной конкуренции. Различие состоит в том, что при первой форме хозяйствующий субъект распространяет недостоверную информацию о конкуренте и его товаре с целью ложного снижения их престижа, а при второй – о своих товарах, их действительных качествах для обманного повышения конкурентоспособности своих товаров.

Третья форма недобросовестной конкуренции – самовольное использование товарного знака, фирменного наименования или маркировки товара, самовольное копирование формы, упаковки, внешнего оформления товаров других хозяйствующих субъектов.

Две оставшиеся формы недобросовестной конкуренции встречаются в предпринимательской деятельности реже.

Наиболее опасны для предпринимательства проявления монополистической деятельности. «В вышеназванном законе *монополистическая деятельность определена как противоречащие закону действия (бездействия) хозяйствующих субъектов или органов исполнительной власти, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции, злоупотребление доминирующим положением на рынке или экономической зависимостью контрагентов и наносящие ущерб общественным интересам, интересам других хозяйствующих субъектов и потребителей товаров*» [1, с. 54].

Существует несколько видов монополизации, вот некоторые из них.

Злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением на рынке. Это выражается в исключительном положении хозяйствующего

субъекта на рынке товара, дающем ему возможность оказывать решающее влияние на конкуренцию, затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам. Доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, если его доля на соответствующем товарном рынке определенного товара превышает 35% или предельную величину, ежегодно устанавливаемую государственным антимонопольным органом Кыргызской Республики.

Наиболее распространенным правонарушением между продавцами (поставщиками) и покупателями (потребителями), связи которых опираются на договорные отношения, является *манипулирование монопольными ценами*. Монополярная цена – особый вид рыночной цены, которая устанавливается на уровне выше или ниже общественной стоимости или равновесной цены в целях получения монополярного дохода. Как правило, хозяйствующие субъекты устанавливают монополярно высокие цены на свою продукцию, превышающие общественную стоимость или возможно равновесную цену. Это достигается тем, что монополисты преднамеренно создают зону дефицита, сокращая объемы производства и искусственно создавая повышенный покупательский спрос.

«Закон определяет *монополярно высокую цену как цену товара, устанавливаемую хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, с целью компенсации необоснованных затрат, вызванных недоиспользованием производственных мощностей, и (или) получения дополнительной прибыли в результате высокого качества товара*» [1, с. 55].

«Игру» с монополярными ценами следует отличать от непрерывно происходящих на рынке сложных процессов ценообразования. Свобода договора предполагает и свободу его цены, определяемой по соглашению сторон без всякого вмешательства государственных органов и органов местного самоуправления. Вместе с тем к проявлениям монополистической деятельности относятся нарушения установленного нормативными актами порядка ценообразования. В предпринимательской деятельности следует строго придерживаться принципа: регулирующие цены императивны и не могут меняться по усмотрению хозяйствующих субъектов.

Второй вид монополистической деятельности охватывает *согласование действий двух, нескольких или многих хозяйствующих субъектов, направленных на ограничение конкуренции*. Участниками этой монополистической деятельности могут быть только хозяйствующие субъекты.

В исключительных случаях действия хозяйствующего субъекта могут быть признаны государственным антимонопольным органом правомерными, если хозяйствующий субъект докажет, что его действия способствовали или будут способствовать насыщению товарных рынков.

Запрещаются и в установленном порядке признаются недействительными полностью или частично достигнутые в форме соглашения действия конкурирующих хозяйствующих субъектов (потенциальных конкурентов), если такие соглашения (согласованные действия) имеют либо могут иметь своим результатом существенное ограничение, в том числе направленное:

1) на установление (поддержание) цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат), наценок;

2) повышение, снижение или поддержание цен на аукционах и торгах;

3) раздел рынка по территориальному принципу, объему продаж и закупок, ассортименту реализуемых товаров либо по кругу продавцов, покупателей, заказчиков;

4) ограничение доступа на рынок или устранение с него других хозяйствующих субъектов в качестве продавцов определенных товаров или их покупателей (заказчиков);

5) отказ от заключения договора с определенными продавцами или покупателями (заказчиками).

Запрещаются и в установленном порядке признаются недействительными полностью или частично достигнутые в любой форме соглашения (согласованные действия) не конкурирующих хозяйствующих субъектов, один из которых занимает доминирующее положение, а другой является его поставщиком или покупателем (заказчиком), если такие соглашения (согласованные действия) имеют либо

могут иметь своим результатом существенное ограничение конкуренции.

Третий вид монополистической деятельности представлен *актами органов исполнительной власти*. Всем им запрещено принимать акты, направленные на ограничение прав хозяйствующих субъектов в сфере реализации товаров на рынке.

«Конкуренция в большой мере, чем монополия способствует достижению экономической эффективности на основе рационализации хозяйственной деятельности и использования достижений науки и техники» [5, с. 110].

Литература:

1. Рахманкулов К.С., Орозалиева А.А. Предпринимательское (хозяйственное) право. Общие положения. - Бишкек, 2003;
2. Дойников И.В. Предпринимательское (хозяйственное) право. - М., 1998.
3. Лаптев В.В. Введение в предпринимательское. - М. 1994.
4. Жилинский С.Э. Правовая основа предпринимательской деятельности (предпринимательское право). - М., 1998.
5. Липсиц И.В. Экономика. Учебное пособие. - Москва: «Вита», 2004.
6. Постановление Правительства КР от 27.03.1996 года №135.

Рецензент: к.ю.н., доцент Орозбаева Г.Б.