

## ПОНЯТИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ. АНТИМОНОПОЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

**Тинчликов О.О**

*студент 3 курса*

*экономического факультета*

**Солиев Д.Б.**

*научный руководитель, старший преподаватель*

*Ташкентского Государственного Транспортного Университета*

*(кафедра международного публичного права)*

**Аннотация:** определены характерные признаки формы правления недобросовестной конкуренции; сделан вывод о том, что установление факта неконкретного сравнения требует анализа его формы и содержания, серьезного обоснования причин отнесения сравнения к разряду недопустимых и запрещенных Законом о защите конкуренции

**Ключевые слова:** рынок, товарный знак, недобросовестная конкуренция, фирменное наименование, наименование места происхождения товара

Важный шаг государственного обеспечения конкурентной среды — защита против недобросовестной конкуренции. Право на защиту против такой конкуренции рассматривалось Парижской конвенцией 1883 г. и национальным законодательством ряда стран как одно из прав промышленной собственности. Становление и развитие рыночных отношений в Узбекистане, обеспечивается, прежде всего государством. Государство, создавая условия для действия рыночных сил, выступает в качестве конфигуратора рынка. Важнейшая роль при этом принадлежит праву и законодательству, нормотворческой, правоприменительной и

юрисдикционной деятельности государства и его органов. Государство создает правовую структуру рынков.

Рынок — экономическая среда предпринимательской деятельности, уникальное изобретение человечества, которому присуще саморегулирование и которое вместе с тем испытывает как косвенное, так и прямое воздействие государства на поведение субъектов рыночных отношений, в том числе и правовое. В научной юридической литературе постулируется, что государственное регулирование — есть условие свободного рынка.

**Недобросовестная конкуренция** — это один из видов нарушений антимонопольного законодательства, один из возможных вариантов неправомерных действий. В отличие от соглашений, сговоров, злоупотреблений доминирующим положением она обладает существенной особенностью: принимается во внимание не только нарушение законодательства, но и прежде всего нравственных норм — норм добропорядочности, разумности, справедливости, а также обычаев делового оборота. Вместе с тем в отечественной литературе недобросовестная конкуренция достаточно часто рассматривается как правонарушение. Так же недобросовестная конкуренция — это такое правонарушение, которое совершается хозяйствующим субъектом и посягает на отношения в сфере реализации свободы экономической деятельности и осуществления добросовестной конкуренции.

Недобросовестная конкуренция традиционно рассматривается как постоянный спутник свободной конкуренции, которая, в свою очередь, выступает в качестве одного из ключевых условий, обеспечивающих гармонию спроса и предложения на рынке товаров и услуг. Наличие свободной конкуренции на рынке, характерное для развитых систем экономических отношений, предполагает равенство условий хозяйствования для участников этих отношений, которое без надлежащего государственного воздействия не может быть достигнуто. Одной из форм

такого воздействия выступает специально конструируемый институт недобросовестной конкуренции, призванный защитить участников гражданского оборота<sup>1</sup>, в том числе потребителей товаров, работ и услуг, от действий хозяйствующих субъектов, направленных на получение последними определенных преимуществ. В статье автор ставит цель - проанализировать и критически оценить модель недобросовестной конкуренции, принятую российским законодателем, на современном этапе развития гражданского оборота.

Согласно ст.4 закона от 03 июля 2023г. № ЗРУ-850 «О конкуренции » недобросовестной конкуренцией признаются: распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации; введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качеств и количества товара или в отношении его производителей; некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами. Эти действия зачастую взаимосвязаны. Так, некорректное сравнение сопровождается одновременным распространением ложных и искаженных сведений о конкуренте, а введение в заблуждение потребителя — некорректным сравнением. Некорректное сравнение это демонстрация достоинства и преимущества своего товара и услуг по отношению к аналогичным товарам и услугам конкурентов. Обычно сравнение проводится путем оценки с представлением ложных и недостоверных сведений о товарах и услугах конкурентов.

Также есть законодательное определение, недобросовестная конкуренция — это любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые:

1) направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности.

2) противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;

3) причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. Она представляет собой одну из форм злоупотребления правом, выражающуюся в противоправном поведении субъекта рыночных отношений, который посредством недозволенных законом или противоречащих обычаям делового оборота форм реализации своего субъективного права создает помехи в осуществлении его конкурентами своих предпринимательских прав и (или) наносит ущерб потребителям.

Признаки недобросовестной конкуренции:

1) в отличие от монополистической деятельности может осуществляться только действиями, возможность пассивного поведения (бездействия) не предусмотрена;

2) данные действия будут рассматриваться как правонарушения, если они противоречат не только положениям действующего законодательства, но и обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости;

3) целью активных действий субъектов недобросовестной конкуренции является приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности;

4) в результате действий конкурентам могут быть причинены убытки или нанесен вред их деловой репутации (причем, достаточно лишь потенциальной угрозы причинения убытков или нанесения вреда деловой репутации для квалификации данного правонарушения как недобросовестной конкуренции).

Кроме этого, признает ли суд сходство до степени смешения фирменного наименования и товарного знака как недобросовестную конкуренцию, во многом зависит от того, послужило ли такое совпадение

основанием для введения потребителей в заблуждение и могло ли оно нанести убытки. Товарный знак — словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации, выполненные в любом цвете или цветовом сочетании. Наименование места происхождения товара (НМПТ) — обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое официальное (неофициальное), полное (сокращенное) наименование страны (городского или сельского поселения). И товарный знак, и НМПТ — средство индивидуализации товара. Их правовая охрана осуществляется путем государственной регистрации в порядке, установленном еще законом РУ от 30 августа 2001 года № 267-П «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров».

Незаконное использование товарного знака и НМПТ запрещено и может расцениваться как введение в заблуждение потребителей. Например, если одно и то же НМПТ, зарегистрированное для минеральной воды, используется одним хозяйствующим субъектом на этикетках минеральной воды, а другим на этикетках подслащенных напитков, судьи могут признать использование НМПТ для подслащенных напитков как недобросовестную конкуренцию, которая вводит потребителей в заблуждение в отношении производителя напитка. Использование на этикетке товарного знака с одной измененной буквой признается недобросовестной конкуренцией, если хозяйствующий субъект полностью скопировал дизайн этикетки, в частности цвет и рисунок. Если дизайн будет иметь отличия, например иная цветовая гамма, другая композиция, квалифицировать это в качестве недобросовестной конкуренции уже не удастся. Споры о фирменных наименованиях подведомственны арбитражным судам.

Антимонопольное/Конкурентное законодательство

Антитрестовое законодательство в Узбекистане известно как «антимонопольное» законодательство. Антимонопольное/ конкурентное законодательство обеспечивает правовую основу по предотвращению,

ограничению и пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. По сути, антимонопольное законодательство / законодательство о конкуренции направлено на обеспечение условий для эффективного функционирования конкурентных отношений на товарных и финансовых рынках. Большинство норм антимонопольного законодательства зафиксировано в Законе Республики Узбекистан «О конкуренции». Закон распространяется на действия субъектов предпринимательства, физических лиц, органов государственного управления и органов государственной власти на местах, которые приводят или могут привести к ограничению конкуренции на товарных и финансовых рынках Республики Узбекистан, совершаемые на территории Узбекистана и за ее пределами. Большинство полномочий в соответствии с Законом о конкуренции переданы Государственному комитету Республики Узбекистан по содействию приватизированным предприятиям и развитию конкуренции. В частности, этот орган уполномочен давать предварительное согласие на слияние и поглощение, а также проводить расследования в случае нарушения антимонопольного законодательства / законодательства о конкуренции.

Наши услуги в сфере антимонопольного законодательства / законодательства о конкуренции:

- решение вопросов регулирования в антимонопольных органах Узбекистана, в том числе получение предварительного согласия указанных органов на слияние и поглощение;
- представление интересов корпоративных клиентов в антимонопольных органах для решения различных вопросов, начиная от расследования нарушений Закона о конкуренции, и до разрешения споров в судах;
- проверка контрактов на предмет их соответствия требованиям антимонопольным законодательства Узбекистана.

**ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ:**

1. Закон Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров»
2. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции»
3. Официальный интернет-портал lex.uz