Двуединая проблема развития бизнеса на современном этапе – это недобросовестная конкуренция и нарушение требований закона о рекламе. Термин «недобросовестная конкуренция» встречается в законодательстве многих стран, в том числе и в российском праве. Недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Государство стремится предугадать ход развития событий, совершенствует нормы права, тем самым определяет пределы разумности и добропорядочности.

Так, ранее, в законе о конкуренции была только одна статья, регламентирующая правила поведения в этой части. Сегодня это отдельная глава закона, объединяющая 8 статей.

Как же обстоят дела в этом вопросе на территории края и что беспокоит специалистов антимонопольного управления? Вот несколько примеров.

В Ставропольском крае довольно развитая конкурентная среда в области реализации лекарственных средств. И на территорию края заходит аптечная сеть, представленная такими субъектами как ООО «Бережная аптека «Апрель» и ООО «Апрель Кавказ». Под сетью, по определению закона, понимается два и более хозяйствующих субъектов, которые отвечают требованиям закона. В нашем случае, это несколько признаков и в том числе в названии имеется слово «апрель», а также позиционируют себя одним названием – «аптечный склад». В понимании широкого круга граждан слово «склад» определяет, во-первых, что это субъект, у которого все есть, он же склад, во-вторых, если это склад, то это оптовое звено и здесь должно быть все дешевле. Следует отметить, что вхождение аптечной сети на территорию края сопровождалось открытием большого количества точек реализации лекарственных средств, сегодня это более 84 аптек, и действительно низкими ценами.

Как следствие, произошел значительный отток покупателей именно к этой сети. В результате в антимонопольное управление стали поступать обращения хозяйствующих субъектов, представителей органов власти, уполномоченного по правам предпринимателей в Ставропольском крае о нарушении норм добропорядочности.

Обращения в УФАС послужили основанием для проведения проверки и истребования документов у аптечных компаний, входящих в одну группу. И только на основании анализа документов, представленных хозяйствующими субъектами, были установлены факты, свидетельствующие о том, что и ООО «Бережная аптека «Апрель» и ООО «Апрель Кавказ» имеют лицензии на розничную реализацию лекарственных средств, а согласно протоколов формирования розничной цены – цена на лекарства устанавливалась ниже закупочной цены.

Все этот послужило поводом для выдачи субъектам предупреждений о недопустимости нарушения закона. Но, к сожалению, «Апрель» продолжает нарушать закон, да еще и, в подтверждение актов недобросовестной конкуренции, распространяет не соответствующие действительности слухи.

В настоящее время в отношении обоих «Апрелей» возбуждены дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Или другая ситуация, строительные организации, рекламируя свою деятельность, дают рекламу финансовой услуги, которую оказывают кредитные организации. Реклама, мало того, что дается с нарушением закона, так еще и уводит от ответственности за нарушение закона, банки. А в этом случае ответственность кредитных учреждений была бы в разы выше, чем у строительных организаций. Можно ли в этом случае говорить о добросовестности и добропорядочности?

Еще ситуация. Кавказские минеральные воды славятся минеральной водой. На их территории более 1000 скважин. Одни из них законсервированы, другие являются наблюдательными, а из других производится отбор. Порядка 30 заводов осуществляют бутилирование минеральных вод. Обязательным условием указания на этикетке бутилированной воды наименования места происхождения товара является наличие свидетельства на правообладание. При этом, в обязательном порядке, указывается и номер скважины, из которой используется вода.

К сожалению нередки случаи, когда хозяйствующие субъекты, имеющие свидетельства наименования места происхождения товара, ну скажем «Ессентуки 4» или «Ессентуки 17», разливают воду из другого – Нагутского месторождения и эту воду следовало бы именовать «Нагутская». Такие действия однозначно квалифицируются как недобросовестная конкуренция.

Есть и совсем свежий пример. И связан он с пониманием существа предпринимательской деятельности. В соответствии с Гражданским Кодексом, цель предпринимательской деятельности – извлечение прибыли. Некоторые средства массовой информации в погоне за извлечением прибыли, по сути не являясь специализированным СМИ, публикуют материалы о деятельности медицинских учреждений, давая при этом рекламу методов лечения или диагностики, что является грубым нарушением закона. Административная ответственность предусмотрена законодателем начиная с 200 тысяч рублей. Есть и еще одна особенность, в этом случае рекламодатель и рекламораспространитель рассматриваются как одно лицо.

Антимонопольное управление не может оставаться безучастным при такого рода нарушениях рекламного и конкурентного законодательства. Последствия для нарушителей довольно ощутимые. Но закон – есть закон, и перед законом все равны без исключения, невзирая на заслуги и историю.