

ВНЕШНИЙ АКТ
антимонопольного комплаенса
ТОО «Яндекс.Такси Корп»,
осуществляющего деятельность на товарном рынке Республики
Казахстан

Глава 1. Вводные положения

1. Настоящий Внешний акт антимонопольного комплаенса определяет политику и правила добросовестной конкуренции субъекта на рынке услуг осуществления информационного взаимодействия пассажиров и перевозчиков такси.

2. Субъект рынка подтверждает стремление к добросовестной конкуренции на соответствующем товарном рынке Республики Казахстан и принятию мер по предупреждению нарушений законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции путем разработки и внедрения внешнего акта антимонопольного комплаенса. Подписывая настоящий Внешний акт антимонопольного комплаенса, Субъект рынка не отказывается от текущих обязательств и проектов, включая добровольное страхование поездок, проект по работе с прямыми партнерами-индивидуальными предпринимателями, оказание голосовой поддержки, предоставления данных по запросам государственных органов в пределах их компетенции и др.

3. Наличие внешнего акта антимонопольного комплаенса не влечет каких-либо материальных и иных преимуществ для Субъекта рынка, а также не освобождает от ответственности и необходимости соблюдения законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции, однако минимизирует риски его нарушения.

4. Рассмотренный антимонопольным органом внешний акт антимонопольного комплаенса Субъекта рынка является актом разъяснения законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции в отношении деятельности Субъекта рынка или применительно к конкретной ситуации.

5. Настоящий Внешний акт антимонопольного комплаенса может быть дополнен разъяснениями конкретных ситуаций, которые могут возникнуть при осуществлении деятельности Субъекта рынка.

6. В настоящем внешнем акте антимонопольного комплаенса используются понятия, предусмотренные действующим законодательством Республики Казахстан в области защиты конкуренции.

Глава 2. Обязательства субъекта в рамках настоящего Акта антимонопольного комплаенса

7. Субъект рынка обязуется по запросу предоставлять антимонопольному органу информацию о ключевых показателях

деятельности (общее количество заказов, общее количество поездок, среднее количество водителей на линии, среднее количество свободных водителей, средний заработок водителя в час, средний чек, повышающий коэффициент, количество поездок с повышающим коэффициентом выше 3, сведения о максимальных тарифах, сведения о крупных закупках, сведения о заключенных внутри группы договора займа).

8. Субъектом рынка будет создан новый тариф, в рамках которого коэффициент «Горячие часы» будет ограничен показателем $\times 2$. Данный тариф предоставит возможность заказать такси в периоды ограниченного количества машин за более низкую стоимость, в случае если пассажир готов ожидать подачу такси более длительное время, использовать альтернативные точки посадки в автомобиль поблизости, разделить поездку с попутчиком.

9. Субъект рынка также будет контролировать, что показатель повышающего коэффициента не превышает $\times 3$, за исключением очень коротких поездок, поездок в праздничные дни, иных форс-мажорных и непредвиденных ситуаций. Доля таких поездок в рамках календарного квартала в любом случае не может превышать 5%.

10. Субъект рынка на встречах Общественного совета Агентства обязуется вести мониторинг тенденций в отрасли пассажирских перевозок в такси с участием представителей профессионального сообщества и экспертов в целях оперативной реакции на возникающие проблемы.

11. При достижении субъектом доминирующего положения на рынке в соответствующей административно-территориальной единице, сумма выплачиваемых бонусов за календарный месяц не должна превышать сумму стоимости услуг по предоставлению доступа к сервису в соответствующей административно-территориальной единице.

12. Субъект рынка обязуется повысить прозрачность для потребителей (при заказе указывать причины работы повышающих коэффициентов для потребителей).

13. Субъект рынка обязуется в период до 31.12.2024 года не брать возмездные внутригрупповые займы без согласования Агентства.

14. В случае применения повышающего коэффициента субъект рынка обязуется не взимать вознаграждение за оказание услуг по предоставлению доступа к сервису с части стоимости заказа, которая превышает стоимость заказа, рассчитанную на основании базовых максимальных тарифов, более чем в 2 раза.

15. Субъект рынка предоставляет доступ АЗРК совместно МЦРИАП и привлечением компетентной аудиторской компании в сфере Дата аналитики, к алгоритму и информационным системам для проведения аудита эффективности алгоритмического ценообразования.

16. Субъект рынка учитывает информацию о жалобах на водителя/пользователя (в том числе о жалобах на разговоры за рулем/отвлечение водителя от управления автомобилем разговорами) при определении рейтинга водителя/пользователя.

17. Субъект рынка обязуется до 31.12.2024 разработать внутренний акта антимонопольного комплаенса.

Глава 3. Общие принципы добросовестной конкуренции

18. Подписывая настоящий внешний акт антимонопольного комплаенса, Субъект рынка подтверждает свое намерение и стремление придерживаться следующих принципов добросовестной конкуренции:

1) соблюдать принципы рыночной экономики и добросовестной конкуренции;

2) принимать эффективные превентивные меры по предупреждению действий (бездействий), наносящих урон деловой репутации иных субъектов рынка и конкуренции;

3) обеспечивать справедливые и равные, прозрачные и недискриминационные условия для всех участников рынка.

Глава 4. Условия деятельности на товарном рынке в случае наличия доминирующего или монопольного положения

19. В случае наличия доминирующего или монопольного положения на рынке услуг осуществления информационного взаимодействия пассажиров и перевозчиков такси Субъект подтверждает, что откажется от действий и/или бездействий, которые приведут к ограничению доступа на рынок услуг осуществления информационного взаимодействия пассажиров и перевозчиков такси, недопущению, ограничению и устранению конкуренции и (или) ущемлению законных прав других субъектов рынка или неопределенного круга потребителей, а также которые приводят к антиконкурентным соглашениям и согласованным действиям.

Субъект рынка, основываясь на положениях законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции:

1) не допускает участия:

в горизонтальных соглашениях (картелях), если такие соглашения приводят или могут привести к:

установлению или поддержанию цен (тарифов), скидок, надбавок (доплат) и (или) наценок;

повышению, снижению или поддержанию цен на торгах, искажению итогов торгов, аукционов и конкурсов, в том числе путем раздела по лотам;

разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков);

сокращению или прекращению производства товаров;

отказу от заключения договоров с определенными продавцами либо покупателями (заказчиками);

в вертикальных соглашениях, если:

такие соглашения приводят или могут привести к установлению цены перепродажи товара, за исключением случая, когда продавец устанавливает для покупателя (заказчика) максимальную цену перепродажи товара;

таким соглашением предусмотрено обязательство покупателя (заказчика) не продавать товар субъекта рынка, который является конкурентом продавца;

таким соглашением предусмотрено обязательство продавца не продавать товар субъекту рынка, который является конкурентом покупателя (заказчика);

в соглашениях, заключенных в любой форме, которые приводят или могут привести к ограничению конкуренции, в том числе касающиеся:

установления или поддержания дискриминационных условий к равнозначным договорам с другими субъектами рынка, в том числе установления согласованных условий приобретения и (или) реализации товаров;

экономически, технологически и иным образом необоснованного установления субъектами рынка различных цен (тарифов) на один и тот же товар;

необоснованного ограничения или прекращения реализации товаров;

заключения договоров при условии принятия контрагентами дополнительных обязательств, которые по своему содержанию или согласно обычаям делового оборота не касаются предмета этих договоров (необоснованных требований передачи финансовых средств и иного имущества, имущественных или неимущественных прав);

ограничения доступа на товарный рынок или устранения с него других субъектов рынка в качестве продавцов (поставщиков) определенных товаров или их покупателей;

в согласованных действиях субъектов рынка, направленных на ограничение конкуренции, в том числе касающихся:

установления и (или) поддержания цен либо других условий приобретения или реализации товаров;

необоснованного ограничения производства либо реализации товаров;

необоснованного отказа от заключения договоров с определенными продавцами (поставщиками) либо покупателями;

применения дискриминационных условий к равнозначным договорам с другими субъектами;

2) не совершает действий (бездействия), приводящих либо приведших к ограничению доступа на соответствующий товарный рынок, недопущению, ограничению и устранению конкуренции и (или) ущемляющих законные права субъекта рынка или неопределенного круга потребителей (в случае занятия субъектом рынка доминирующего или монопольного положения на соответствующем товарном рынке), в том числе:

установление, поддержание монопольно высоких (низких) или монопсонически низких цен;

применение разных цен либо разных условий к равнозначным соглашениям с субъектами рынка или потребителями без объективно оправданных на то причин, в том числе, когда это обусловлено разными затратами на производство, реализацию и доставку товара, недискриминационным применением системы скидок, учитывающей объемы продаж, условия оплаты, сроки действия договора;

установление ограничений на перепродажу купленных у него товаров по территориальному признаку, кругу покупателей, условиям покупки, а также количеству, цене;

обусловливание либо навязывание заключения соглашения путем принятия субъектом рынка или потребителем дополнительных обязательств, которые по своему содержанию или согласно обычаям делового оборота не касаются предмета этих соглашений;

необоснованный отказ от заключения договора или от реализации товара с отдельными покупателями при наличии на момент обращения возможности производства или реализации соответствующего товара либо уклонение, выразившееся в непредставлении ответа на предложение о заключении такого договора в срок, превышающий тридцать календарных дней;

обусловливание поставки товаров принятием ограничений при покупке товаров, произведенных либо реализуемых конкурентами;

необоснованное сокращение объемов производства и (или) поставки или прекращение производства и (или) поставки товаров, на которые имеются спрос или заказы потребителей, субъектов рынка при наличии возможности производства или поставки;

изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;

навязывание контрагенту экономически или технологически необоснованных условий договора, не относящихся к предмету договора;

создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим субъектам рынка;

экономически, технологически или иным образом необоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар, создание дискриминационных условий;

3) не совершает действий, приводящих к недобросовестной конкуренции, в их числе:

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;

4) осуществляет деятельность в соответствии с требованиями Предпринимательского кодекса Республики Казахстан (далее – Кодекс), предусматривающими основания участия государства в предпринимательской деятельности, в случае отнесения субъекта (субъектов) рынка, принявшего (-их) внешний акт антимонопольного комплаенса, к юридическим лицам, более пятидесяти процентов акций (долей участия в уставном капитале) которых принадлежат государству, и аффилированным с ними лицами;

5) не совершает экономической концентрации без согласия (уведомления) антимонопольного органа в случаях, установленных законодательством Республики Казахстан в области защиты конкуренции.

Глава 5. Коммерческая политика

20. Целями коммерческой политики являются:

- 1) соблюдение требований Антимонопольного законодательства;
- 2) установление недискриминационных, экономически и технологически обоснованных условий сотрудничества для Партнеров;
- 3) соблюдение баланса интересов Партнеров/Водителей и Пользователей/пассажиров;
- 4) обеспечение предоставления всей необходимой информации и прозрачности деятельности Сервиса, в том числе по вопросам взаимодействия с Партнерами, формирования и согласования с Партнерами максимальных тарифов, условий оказания услуг Сервиса, а также о принципах действия алгоритмов и всех обрабатываемых данных пользователей и водителей в соответствии с требованиями действующего законодательства

21. Принципы отбора и подключения Партнеров

1. недискриминационный подход к отбору и подключению Партнеров;
2. должная осмотрительность при подключении Партнеров;
3. информационное содействие Партнерам в процессе подключения к Сервису;
4. возможность отказа во взаимодействии с Партнером на основании отрицательных результатов проверки.

При этом, принципы отбора и подключения, а также критерии, подлежащие проверке, будут открыты, объективны и применены в равной мере ко всем водителям и таксопаркам партнерам.

Субъект обязуется представить мотивированный ответ о причинах отказа в подключении и отключении водителей и таксопарков партнеров по запросу антимонопольного органа.

22. Тарифная политика Сервисов

В Сервисах применяется единообразный подход к тарификации.

18. В Сервисах с Партнерами согласовываются максимальные тарифы на поездки. Максимальные тарифы могут различаться в зависимости от региона, города, класса автомобиля и иных экономически или технологически обоснованных требований к перевозке (например, наличие детского кресла). Вся информация о максимальных тарифах публикуется на вебсайтах / в мобильных приложениях Сервисов.

23. Партнеры вправе самостоятельно устанавливать тарифы на поездки в пределах максимальных тарифов.

24. Учитывая различные требования к автомобилям и иным стандартам качества применительно к различным категориям тарифов («Эконом», «Комфорт», «Комфорт +» и т.д.) в одном регионе или городе максимальные тарифы могут отличаться в зависимости от категории тарифа.

25. Субъект рынка обязуется дополнить тарифную сетку - «детский», с учетом требований Правил дорожного движения, в части перевозки детей до 12 лет специальным детским удерживающим устройством или иными средствами, позволяющих пристегнуть ребенка с помощью ремней безопасности, предусмотренных конструкцией транспортного средства, а на переднем сидении механического транспортного средства специальным детским удерживающим устройством.

26. Параметры определения размера максимального тарифа:

минимальная стоимость поездки;

стоимость километра в пути;

стоимость минуты в пути;

количество километров, включенных в минимальную стоимость;

количество минут, включенных в минимальную стоимость;

стоимость платного ожидания;

стоимость километра и/или минуты за городом или при выезде из определенной зоны / въезде в определенную зону (например аэропорт);

наличие детского кресла;

возможность перевозки домашних животных;

иные объективные и экономически обоснованные факторы.

27. Максимальные тарифы согласовываются на таком уровне, чтобы, с одной стороны, обеспечить максимальное увеличение спроса на услуги

такси со стороны Пользователей, а с другой стороны – максимальное увеличение предложения со стороны Партнеров, снижение холостого пробега автомобиля, повышение плотности Водителей в районах с высоким спросом, снижение срока ожидания автомобиля и повышение общей эффективности Сервисов, под которой понимается обеспечение оптимального баланса спроса и предложения.

29. Каждый из указанных выше параметров подбирается так, чтобы обеспечить получение прибыли Партнерами и дохода Водителями при получении заказов с использованием Сервисов. Например, стоимость минуты в пути должна быть такой, чтобы в случае дорожных затруднений компенсировать Водителю низкую скорость в пути и гарантировать получение дохода.

30. Вознаграждение Сервисов

31. В рамках осуществления своей деятельности Сервисы получают вознаграждение, в которое включается:

плата за услугу Сервисов в виде процента от стоимости поездки; и
плата за использование программного обеспечения Сервисов.

32. В пределах одного региона или города стандартным правилом является установление в рамках конкретного максимального тарифа единых экономически и/или технологически обоснованных условий расчета ставки вознаграждения. Однако на разных категориях тарифов в пределах одного региона или города могут устанавливаться разные условия расчета ставки вознаграждения, поскольку разные категории тарифов («Эконом», «Комфорт», «Комфорт +», и т.д.) предполагают различный уровень обслуживания пассажиров и стандартов качества, которые включают, в частности, различный подход к отбору Водителей и их подготовке. Кроме того, для разных категорий тарифов различаются расходы Сервиса на привлечение Пользователей. Ставка вознаграждения также может увеличиваться при наличии экономического, технологического или иного обоснования - в частности, при оказании дополнительных услуг Партнерам и/или Водителям со стороны Сервиса.

33. Учитывая большое количество регионов и их специфику, в разных регионах и/или городах ставки вознаграждения Сервисов и условия их расчета в рамках одного максимального тарифа могут различаться при условии наличия соответствующего экономического или технологического обоснования.

34. Региональная специфика влияет на формирование различных условий расчета ставки вознаграждения, поскольку в разных регионах сформировались различные условия оказания услуг и существуют различия в эффективности Сервисов для Партнеров и Водителей (степень проникновения услуг такси, емкость рынка, количество Партнеров и Водителей, размер максимального тарифа, спрос на услуги такси,

плотность населения, географические особенности региона/города и т.п. факторы).

35. При этом эффективность Сервисов определяется в первую очередь снижением холостого хода автомобиля, увеличением количества заказов, которые Водители выполняют в час, увеличением спроса Пользователей как на короткие, так и на длинные поездки, высокой скоростью подачи автомобиля.

36. Существенная часть вознаграждения Сервисов идет на покрытие переменных затрат, связанных с предоставлением услуг Сервисов, в частности, стоимости эквайринга, страхования жизни и здоровья пассажиров и Водителей, стоимости направления сообщений на телефоны Пользователей и/или пассажиров, стоимости обработки заказов в колл-центре и работы службы поддержки, стоимости привлечения новых Партнеров и Пользователей и других операционных затрат, которые включаются в размер вознаграждения.

Глава 6. Заключительные положения

37. Настоящий внешний акт антимонопольного комплаенса подписывается Субъектом рынка и вступает в силу с 15.12.2023 года, за исключением пункта 11, вступающего в силу с 01.05.2024 года.

38. В случае изменения действующего законодательства Республики Казахстан в области защиты конкуренции, положения внешнего акта антимонопольного комплаенса, противоречащие ему, не применяются и утрачивают силу.