

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В БИЗНЕСЕ

Противодействие недобросовестной конкуренции является важным аспектом ведения бизнеса, который стремится обеспечить справедливые и конкурентноспособные условия для всех участников рынка. Данная статья представляет обзор и анализ различных методов и инструментов, которые могут быть использованы для противодействия недобросовестным практикам конкурентов.

Ключевые слова: недобросовестная конкуренция, конкурентная борьба, этика, регулирование, стратегии, сотрудничество

Существование бизнеса неразрывно связано с конкуренцией. Сейчас некоторые компании активно используют законодательство в качестве инструмента борьбы за лидерство на рынке. Тем, кто оказывается под угрозой, приходится искать защиту в государственных органах и судах.

Недобросовестная конкуренция является серьезной проблемой для современного бизнеса и может оказывать отрицательное влияние на экономику и общество в целом. Она может проявляться в различных формах, таких как нарушение авторских прав, кража интеллектуальной собственности, злоупотребление рыночным доминированием и многие другие. В данной работе мы проведем анализ и рассмотрим методы борьбы с недобросовестной конкуренцией, изучая последствия и эффективные стратегии [1].

Недобросовестная конкуренция – это любые действия хозяйствующего субъекта (или субъектов), направленные на получение преимуществ в предпринимательской деятельности, которые:

- противоречат законодательству о конкуренции или требованиям добросовестности и разумности;
- могут причинить или причинили убытки другим конкурентам (или нанести вред их деловой репутации).

Республика Беларусь располагает системой норм, направленных на охрану конкуренции, определен порядок привлечения нарушителей к ответственности [2].

Примеры недобросовестной конкуренции:

1) Действия, которые могут привести к путанице в отношении объектов, товаров и коммерческой деятельности конкурентов. Такое поведение включает незаконное использование товарных знаков, фирменных наименований, географических указаний на товарах, упаковке и знаках коммерческих объектов, которые ей не принадлежат.

2) Поведение, которое может дискредитировать конкурентов. Оно может проявляться в распространении ложной, недостоверной, неточной и искаженной информации, содержащей сведения, наносящие ущерб деловой репутации конкурентов.

3) Поведение, которое может ввести в заблуждение относительно товаров конкурентов (их производитель, природа, потребительские свойства, качество, способ изготовления и местоположение, применимость или количество).

4) Действия, препятствующие установлению деловых отношений с конкурентами (апелляции, обращения к другим хозяйствующим субъектам, угрозы принятия мер и т. д.).

5) Распространение ложных заявлений и информации о собственных товарах с целью скрыть их несоответствие назначению или предъявляемым к ним требованиям с точки зрения качества, потребителей и другого имущества [3].

Следует отметить, что нет исчерпывающего списка действий, которые могут относиться к недобросовестной конкуренции. Любые действия, которые противоречат законодательству или причиняют убытки, могут быть признаны недобросовестной конкуренцией [4].

Как не позволить недобросовестным конкурентам взять над собой верх? Одной теории и хорошего знания законодательных положений для этого будет недостаточно. Нужно еще скрупулезно изучать судебную практику, чтобы понимать, какие доказательства принимают суды и как победители выстраивают линию защиты в судебном состязании.

Для борьбы с недобросовестной конкуренцией предприятие может выбрать несколько способов. В случае несправедливого поведения конкурента пострадавшая сторона может обратиться в антимонопольный орган своей страны, который выносит решение о признании или непризнании актов недобросовестной конкуренции и дает правовую оценку действиям, порочащим деловую репутацию организации. Это позволяет пресечь распространение недостоверной информации о компании, предоставить объективную информацию ее деловым партнерам и потребителям, устранить негативные последствия недобросовестных действий и т. д. [3].

За рубежом успешно защититься от проявления недобросовестной конкуренции белорусским производителям намного сложнее, чем в Республике Беларусь. Так, наши экспортеры периодически сталкиваются с фактами несанкционированного выпуска продукции под товарными знаками белорусских производителей и распространением их изделий неавторизованными лицами и др. Белорусские предприятия видят в этом ущерб своей деловой репутации, поскольку под их торговой маркой реализуются заведомо некачественные продукты, неавторизованные дилеры далеко не всегда могут предоставить должный сервис и т. д. Предприятия серьезно беспокоит урон, который они понесут в глазах потребителя. В этом случае, в качестве превентивной меры защиты, вам необходимо использовать регистрацию ваших товарных знаков и других объектов интеллектуальной собственности [4].

Отстаивая свои права от недобросовестных конкурентов за рубежом, важно определить сумму расходов, которые предприятие готово понести в каждом конкретном случае, и конечную цель, которой оно хочет добиться. Минимизировать затраты поможет обращение в антимонопольный орган. Если же речь идет о масштабной подделке продукции за рубежом, то в этом случае лучше обратиться в правоохранительные органы конкретной страны с требованием провести розыск нарушителей, прекратить выпуск контрафакта, изъять его из торговой сети. Самостоятельно выполнить альтернативные этому варианты действий намного сложнее, кроме того, предприятию придется обращаться в различные суды для возмещения убытков.

Что касается фактов распространения ложной информации, то они должны быть немедленно зафиксированы. Прежде всего, стоит проконсультироваться с местным юристом, который знает все процессуальные требования этой страны. Они предложат, как устранить нарушение, чтобы в будущем о нем можно было упомянуть в суде. Например, в некоторых штатах принято нотариально заверять информацию, опубликованную на интернет-сайтах: страницы веб-сайта распечатываются, а затем нотариус удостоверяет, что конкретная информация опубликована на этом веб-сайте в определенный момент времени.

Довольно интересно, что в разных странах действуют разные правила управления информацией, которая может быть опубликована в средствах массовой информации. Таким образом, сравнительная реклама на самом деле широко распространена в Республике Беларусь. Например, есть обычный абстрактный стиральный порошок, а есть самый лучший – наш. Получается, что все остальные производители стиральных порошков, по идее, имеют право предъявлять какие-то претензии рекламодателям. Ведь согласно правилам совести, рекомендованным Беларусью на товарном рынке, такая практика считается неприемлемой. Но никому не возбраняется хвалить себя, если только это не сопровождается прямой или косвенной атакой на конкурента.

Каковы способы предотвращения недобросовестной конкуренции? Эти методы можно разделить на несколько групп. Первая группа контрмер включает получение исключительного права на объект прав интеллектуальной собственности, а именно регистрацию товарных знаков, промышленных образцов, полезных моделей, изобретений и т. д.). Ко второй группе относятся компании, активно продвигающие свою продукцию и торговые марки на рынке (реклама, участие в конкурсах, выставках и т.д.). В этом случае вам не следует забывать сохранять документальные подтверждения такого участия, а именно контракты, дипломы, награды, рекламную продукцию и т. д. Третья группа включает фиксацию результатов их деятельности по созданию новых продуктов, дизайну упаковки, товарных знаков и другие (выполнение контрактов, формальных заданий). В этом случае вам следует обратить внимание на приобретение контейнеров и упаковки у сторонних организаций и потребовать документы, подтверждающие, что права на созданные контейнеры и упаковку принадлежат этим организациям. Вышеуказанные действия могут позволить избежать споров или доказать свои права и установить факты нарушения. Особо следует отметить наличие зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности. Существование этих объектов затрудняет конкурентам их тиражирование, поскольку они должны вносить серьезные изменения, чтобы избежать ответственности [4].

В случае несправедливого поведения конкурента помощь пострадавшей стороне окажет анти-монопольный орган Республики Беларусь, обращение в который подается по принципу территориальности. Именно он выносит вердикт о признании или непризнании актов недобросовестной конкуренции и в том числе дает правовую оценку действиям, порочащим деловую репутацию организации. Поскольку это административный процесс, уплачивать пошлину не нужно. Таким образом, удастся пресечь распространение недостоверных сведений об организации, довести объективную информацию до ее деловых партнеров и потребителей, устранить негативные последствия недобросовестных действий и т. п.

Противодействие недобросовестной конкуренции в бизнесе является актуальной и сложной задачей. Результаты исследования показывают, что успешное противодействие недобросовестной конкуренции требует комплексного подхода, включающего как законодательные, так и этические аспекты. Стратегии, основанные на сотрудничестве и саморегулировании бизнеса, позволяют достичь наиболее эффективных результатов в борьбе с недобросовестной конкуренцией.

Список использованных источников

1. Пономарева, Т. Т. Недобросовестная конкуренция: практика защиты бизнеса / Т. Т. Пономарева // Экономико-правовой бюллетень. Часть 1. – 2018. – № 9. – 160 с.
2. Хмельёва, М. А. Недобросовестная конкуренция / М. А. Хмельёва // Правовые проблемы и пути их решения в условиях развития современного общества : материалы международной научной конференции студентов, магистрантов и аспирантов, Минск, 23–24 октября 2015 г. / БГУ, Юридический фак. ; редкол.: Т. А. Червякова (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2016. – С. 79–80.
3. Римша, Ю. Недобросовестная конкуренция [Электронный ресурс] / Ю. Римша // *ilex.by*. – Режим доступа: <https://ilex.by/nedobrosovestnaya-konkurenciya>. – Дата доступа: 23.10.2023.
4. Городов, О. А. Недобросовестная конкуренция: учебно-практическое пособие / О. А. Городов [и др.] ; под ред. О. А. Городова. – М. : Юстицинформ, 2020. – 324 с.
5. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 декабря 2013 г. № 94-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.