**НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**

Одним из элементов промышленной собственности, как она определяется Парижской конвенцией, является право на пресечение недобросовестной конкуренции, т.е. таких актов конкуренции, которые противоречат честной промышленной или торговой практике.

Спектр деятельности, которую можно назвать нечестной, очень широк. Парижская конвенция определяет как недобросовестную конкуренцию следующие три ее вида:

- все действия, ведущие к тому, что потребитель может принять предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность данной фирмы за предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

- ложные заявления в ходе коммерческой деятельности, дискредитирующие предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

- использование в ходе коммерческой деятельности указаний или обозначений, которые вводят потребителя в заблуждение относительно природы, способа изготовления, характеристик, пригодности для определенных целей или количества товаров.

Еще 12 видов деятельности определяются как недобросовестная конкуренция в комментарии к Типовому закону по товарным знакам, фирменным наименованиям и актам недобросовестной конкуренции для развивающихся стран. Это следующие виды:

1) подкуп покупателей конкурентов, направленный на то, чтобы привлечь их в качестве клиентов и сохранить на будущее их признательность;

2) выяснение производственных или коммерческих тайн конкурента путем шпионажа или подкупа его служащих;

3) неправомочное использование или раскрытие ноу-хау конкурента;

4) побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву их контрактов с нанимателем;

5) угроза конкурентам исками о нарушении патентов или товарных знаков, если это делается недобросовестно и с целью противодействия конкуренции в сфере торговли;

6) бойкотирование торговли другой фирмы для противодействия или недопущения конкуренции;

7) демпинг, т.е. продажа своих товаров ниже стоимости с намерением противодействовать конкуренции или подавить ее;

8) создание впечатления, что потребителю предоставляется возможность покупки на необычайно выгодных условиях, когда на самом деле этого нет;

9) намеренное копирование товаров, услуг, рекламы или других аспектов коммерческой деятельности конкурента;

10) поощрение нарушений контрактов, заключенных конкурентами;

11) выпуск рекламы, в которой проводится сравнение с товарами или услугами конкурентов;

12) нарушение правовых положений, не имеющих прямого отношения к конкуренции, когда такое нарушение позволяет добиться неоправданного преимущества перед конкурентами.

В разных странах экономическое развитие имеет свою специфику, поэтому принимаемые в них законы о недобросовестной конкуренции базируются на общеконституционных принципах и принципах гражданского кодекса, прецедентного права и специальных законах. Закон о недобросовестной конкуренции может касаться классических случаев незаконного использования знаков и фирменных наименований. Он служит дополнением к другим специальным законам, защищающим промышленную собственность, когда может обеспечить средство защиты в случаях, не предусмотренных этими законами (например, незарегистрированный товарный знак в стране, где регистрация является единственным основанием для его охраны по закону о товарных знаках, может быть защищен от незаконного использования законом о недобросовестной конкуренции). Во всяком случае, запрещая нечестную практику в торговле, закон о недобросовестной конкуренции может обеспечить защиту даже тогда, когда другие разделы закона о промышленной собственности ее не обеспечивают. Что считать нечестным или недобросовестным, в большой степени зависит от экономических и социальных реалий в данное время и в данном месте. Поэтому необходимо, чтобы закон о недобросовестной конкуренции был приспособлен к меняющимся обстоятельствам. Этот закон должен устанавливать твердые правовые рамки и вместе с тем быть достаточно гибким в плане выработки и применения мер, которые, будучи адекватными конкретным и постоянно меняющимся социальным и экономическим условиям в данной стране, смогут служить эффективным средством борьбы с теми или иными видами нечестной торговой практики.

В России борьба с недобросовестной конкуренцией регламентируется законом "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках".