

Т.П. Тихоненко

кандидат экономических наук, доцент

Г.Е. Ясников

доктор экономических наук, доцент

БГЭУ (Минск)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ

Определяется сущность недобросовестной конкуренции в условиях современного рынка при нарушении прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Рассматриваются различные формы ее проявления, отмечаемые в законодательстве различных стран (Российская Федерация, Франция, Украина, Республика Беларусь) и практике деятельности субъектов хозяйствования. Отмечаются последствия и причины недобросовестной конкуренции, в том числе при нарушении прав на товарные знаки и незаконном использовании коммерчески значимой информации.

Is determined by the nature of unfair competition in today's market in violation of the rights to the results of intellectual activity and means of individualization. Discusses the various forms of its manifestation, in the legislation of various countries (Russian Federation, France, Ukraine, Republic of Belarus) and practical subjects. There are consequences and causes of unfair competition, including in violation of trademark rights and illegal use of commercially meaningful information

В современных условиях глобальной конкуренции и углубления интеграции Беларуси в мировое хозяйство важным фактором обеспечения социально-экономического роста является научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. В наиболее развитых странах большая часть валового внутреннего продукта формируется за счет объектов интеллектуальной собственности и инноваций, роль которых в экономике и обществе постоянно увеличивается, а вместе с этим растет оборот контрафактной продукции, объем и способы нарушений прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.

Недобросовестная конкуренция в виде контрафакции и «интеллектуального пиратства» является глобальной проблемой мировой экономики, негативно сказывающийся на всех секторах экономики, в которых важную роль играет творчество — изобретательство и инновации. Современные технологии требуют быстрых и адекватных изменений в законодательстве о защите интеллектуальной собственности, разработки эффективных экономико-правовых методик и моделей, направленных на улучшение инвестиционного климата в стране и расследование нарушений интеллектуальных прав (включая процедуры оценки убытков правообладателей и создание методик оценки уровня контрафактной продукции в стране и мире).

Контрафакция — разновидность фальсификации, представляющая собой намеренное, в коммерческих целях незаконное введение в коммерческий оборот объектов, на которые распространяются действия законов об авторском праве и смежных правах, интеллектуальной, промышленной собственности, а также международных договоров [1]. По оценкам Международной торговой палаты, торговля контрафактной продукцией во всем мире составляет 5—7 % объема всей международной торговли товарами, что в абсолютных величинах составляет порядка 500 млрд дол. США в год [2].

Контрафакция является вместе с тем одним из современных форм *недобросовестной конкуренции*. В соответствии со ст. 10 Парижской Конвенции по охране промышленной

собственности «любой факт конкуренции, противоречащий практике добросовестности в промышленных или коммерческих делах, представляет собой акт недобросовестной конкуренции».

Для признания действий хозяйствующих субъектов актами недобросовестной конкуренции необходимы два условия:

- 1) направленность на достижение преимуществ незаконными методами;
- 2) указанные действия должны либо иметь негативные последствия для хозяйствующих субъектов — конкурентов в виде причинения убытков или нанесения ущерба их деловой репутации, либо обладать такой потенциальной возможностью.

Вопрос законодательного регулирования отношений, возникающих в процессе конкуренции, в разных странах решается по-разному. В одних приняты специальные законы, в других эти отношения регулируются в рамках иного законодательства.

Российская Федерация. Организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждение и пресечение недобросовестной конкуренции, определены Федеральным законом от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон № 135-ФЗ).

Согласно ст. 4 Закона № 135-ФЗ, конкуренция представляет собой соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

В силу той же статьи под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, 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.

Из сопоставления приведенных положений Закона № 135-ФЗ выделяются следующие признаки, одновременное наличие которых позволит считать следующие действия юридического лица недобросовестной конкуренцией [3]:

1. Юридическое лицо и другие хозяйствующие субъекты являются конкурентами, т.е. активно присутствуют в одном сегменте товарного рынка.
2. Действия юридического лица причинили или могли причинить убытки конкурентам, либо нанесли или могли нанести вред их деловой репутации.

Закон № 135-ФЗ не содержит указания на обязательное присутствие в действиях юридического лица умысла каким-либо образом негативно воздействовать на производственно-хозяйственную деятельность конкурентов. В данном случае важен сам факт причинения (реальная возможность причинения) им (конкурентам) убытков или вреда их деловой репутации.

3. Своими действиями юридическое лицо нарушило соответствующие нормы российского законодательства, сложившиеся обычаи делового оборота, требования добропорядочности, разумности и справедливости.

4. Конечным итогом действий юридического лица должно являться получение преимущества, занятие более выгодного, доминирующего положения на соответствующем товарном рынке по отношению к конкурентам.

Отсутствие хотя бы одного из приведенных признаков не позволит характеризовать действия хозяйствующего субъекта как недобросовестную конкуренцию.

Под недобросовестной конкуренцией, согласно ст. 14 Закона № 135-ФЗ, в том числе понимается:

- 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, качества и количества товара или в отношении его производителей;

- некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами;

- продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг;

- незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.

Самыми используемыми формами недобросовестной конкуренции среди хозяйствующих субъектов являются распространение дискредитирующей информации и применение ненадлежащих сравнений — соответственно 33 и 26 % общего числа форм недобросовестной конкуренции [3].

Украина. В соответствии со ст. 1 Закона Украины «О защите от недобросовестной конкуренции» недобросовестной конкуренцией являются любые действия в конкуренции, противоречащие правилам, торговым и другим честным обычаям в предпринимательской деятельности. К основным формам недобросовестной конкуренции относятся:

- неправомерное использование деловой репутации хозяйствующего субъекта (предпринимателя);

- создание препятствий хозяйствующим субъектам в процессе конкуренции и достижения неправомерных преимуществ в конкуренции;

- неправомерный сбор, разглашение и использование коммерческой тайны.

Неправомерное использование деловой репутации хозяйствующего субъекта (предпринимателя) включает такие действия, как:

- неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки, т.е. использование их без разрешения уполномоченного на то лица, что может привести к смешению с деятельностью другого хозяйствующего субъекта, имеющего приоритет на их использование;

- неправомерное использование товара другого производителя, т.е. введение в хозяйственный оборот под своим обозначением товара другого производителя путем изменений либо снятия обозначений производителя без разрешения уполномоченного на то лица;

- копирование внешнего вида изделия, т.е. воспроизведение внешнего вида изделия другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя) и введение его в хозяйственный оборот без однозначного указания производителя копии, что может повлечь к смешению с деятельностью другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя);

- сравнительная реклама, т.е. реклама, содержащая сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого хозяйствующего субъекта (предпринимателя).

Создание препятствий хозяйствующим субъектам в процессе конкуренции и достижение неправомерных преимуществ в конкуренции включает следующие действия:

- дискредитация хозяйствующего субъекта, т.е. распространение в любой форме ложных, неточных или неполных сведений, связанных с лицом либо деятельностью хозяйствующего субъекта, которые причинили или могли причинить ущерб деловой репутации хозяйствующего субъекта;

- склонение к бойкоту хозяйствующего субъекта;

- склонение поставщика к дискриминации покупателя (заказчика);

- подкуп работника покупателя (заказчика), а именно: предоставление или предложение ему конкурентом поставщика, непосредственно или через посредника, материаль-

ных ценностей, имущественных или неимущественных благ за ненадлежащее исполнение или неисполнение работником покупателя (заказчика) служебных обязанностей, вытекающих из заключенного или связанных с заключением между поставщиком и покупателем договора поставки товаров, выполнения работ, предоставления услуг, что привело или могло привести до получения конкурентом поставщика определенных преимуществ перед поставщиком.

Следует отметить, что перечень нарушений, содержащийся в законодательстве, не исчерпывающий; определение недобросовестной конкуренции открытое и отсылает к честным обычаям.

Франция. Во французской правовой доктрине конкуренция (*la concurrence*) рассматривается как соревнование между несколькими субъектами одного рынка за достижение лучшего экономического результата. Такой состязательный подход к пониманию конкуренции основывается на положениях экономической науки и предполагает два юридически значимых следствия: состязание между субъектами рынка основывается на свободе их действий (принцип свободы конкуренции); существует принципиальная допустимость борьбы за чужую клиентуру и причинение в связи с этим ущерба своим конкурентам (принцип законности конкурентного ущерба).

Со свободой конкуренции тесным образом связано также применение в конкурентном праве Франции открытого перечня недобросовестных способов конкуренции и отсутствие специальных запретов (т.е. запретов отдельных действий). Во Франции нет отдельного закона о недобросовестной конкуренции, но регулирование вопросов недобросовестных конкурентных отношений опирается на общие юридические положения.

При применении ответственности за недобросовестную конкуренцию ключевая роль отводится судебной практике. Общие правовые нормы, на которые опираются французские суды при пресечении недобросовестной конкуренции, закреплены в соответствующих статьях французского Гражданского кодекса (далее — ГК Франции). В ст. 1382 ГК Франции устанавливается, что какое бы то ни было действие человека, которое причиняет ущерб, обязывает того, по вине кого произошел ущерб, к его возмещению. В свою очередь в ст. 1383 ГК Франции говорится: «Каждый ответственен за ущерб, который он причинил не только своим действием, но также своей небрежностью или неосторожностью».

Применительно к сфере экономической конкуренции термин «недобросовестная конкуренция» может истолковываться также как виновное юридически значимое действие конкурента, которое является результатом злоупотребления свободой конкуренции и заключается в применении нечестных способов поиска клиентов.

Российский специалист К.Ю. Тотьев выделяет следующие признаки недобросовестной конкуренции, на которые обращается внимание во французской правовой судебной практике и доктрине [4]:

- 1) сфера применения этого термина охватывает гражданско-правовое регулирование экономических отношений;
- 2) субъектом недобросовестных действий в экономической сфере выступает конкурент;
- 3) недобросовестная конкуренция рассматривается как поведение, влекущее определенные правовые последствия (т.е. релевантное по отношению к праву);
- 4) при доказывании этого действия учитывается вина его субъекта;
- 5) содержанием поведения с юридической точки зрения выступает злоупотребление свободой, предоставленной конкуренту;
- 6) объектом недобросовестных действий являются клиенты (клиентела) конкурента;
- 7) возможные или реальные последствия такого поведения для потерпевшего выражаются соответственно в возможности причинения или в причинении вреда.

Во Франции недобросовестную конкуренцию отличают от незаконной (*la concurrence illegale*) и от конкуренции, запрещенной договором (*la concurrence anticontractuelle*). В первом случае речь идет о нарушении определенных запретов, касающихся конкуренции и зафиксированных в правовой норме. Например, субъектам, осуществляющим деятельность в публичном секторе экономики, по общему правилу запрещено конкурировать с предпринимателями, действующими в других секторах. К запрещенной конкуренции относятся также нарушения исключительных прав в сфере промышленной собственности.

Запрещенная договором конкуренция подразумевает запрет любой состязательности как таковой независимо от способов реализации, в то время как применительно к запрету недобросовестной конкуренции важны именно методы ее осуществления.

Новой тенденцией современного конкурентного права Франции становится идея о том, что с помощью правил против недобросовестной конкуренции рынок защищается путем защиты его участников-конкурентов. В данной области законодательства существует следующая классификация недобросовестной деятельности:

- введение потребителей в заблуждение посредством создания в сознании потребителей ассоциаций между двумя не связанными друг с другом предприятиями;
- уничижительные действия, или дискредитация;
- дезорганизация (внутренняя дезорганизация предприятия-соперника и общая дезорганизация рынка);
- паразитарное поведение.

Дискредитация состоит в действиях, направленных на умаление достоинств как самого конкурента, так и его фирмы или изделий. При этом не имеет значения, является ли распространяемая информация ложной или действительной.

Внутренняя дезорганизация предприятия-конкурента выступает в различных формах, среди которых чаще всего выделяются разглашение производственных секретов, ноу-хау, коммерческих методов предприятия, уничтожение рекламы конкурента, перехватывание у него клиентов и заказов, расстройство его сбытовой сети.

Недобросовестной конкуренцией признаются также перехватывание клиентов, их заказов, оказание им иных услуг, нежели они заказывали, с целью привести их к отказу от услуг конкурента. Суды квалифицируют подобные действия именно как недобросовестную конкуренцию, даже если предоставляемые товары или услуги вполне доброкачественны.

Достаточно часто встречающимся в судебной практике случаем недобросовестной конкуренции являются различные действия, предпринимаемые в отношении служащих конкурента: подкуп, переманивание, подстрекательство к забастовке на предприятии конкурента. По общему правилу подкуп, коррупция являются уголовным преступлением и подпадают под статьи Уголовного кодекса Франции.

Общая дезорганизация рынка происходит в тех случаях, когда действия конкурентов влияют на стабильность рыночных отношений в том или ином регионе или в отношении той или иной профессии. Отмечается, что в настоящее время наиболее распространенным случаем недобросовестной конкуренции является имитация, имеющая целью создать смешение, путаницу между предприятиями, между производимыми ими товарами и оказываемыми услугами.

В качестве недобросовестной конкуренции признается также ведущее к смешению использование одного юридического адреса, сходного оформления фирменного стиля (бланки, письма, каталоги, меню), использование помещений и персонала конкурента.

При паразитарной конкуренции чаще всего встречается не прямое прикрепление (поскольку прямое прикрепление может быть расценено как нарушение чужих патент-

ных прав), когда реализуемый товар или услуга так или иначе увязываются с одноименными товарами и услугами известных фирм.

Республика Беларусь. Основными нормативными правовыми актами Республики Беларусь, регулирующими отношения недобросовестной конкуренции, являются Гражданский кодекс Республики Беларусь, Законы Республики Беларусь «О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами» и «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

Пункт 1 ст. 1029 ГК РБ устанавливает запрет на осуществление недобросовестной конкуренции в республике. При этом ГК самого понятия недобросовестной конкуренции не содержит, а лишь закрепляет перечень действий, которые считаются таковыми. В соответствии с п. 1—3 ст. 1029 ГК РБ недобросовестной конкуренцией признаются:

1) все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смещение в отношении юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, товаров, работ, услуг или предпринимательской деятельности конкурентов;

2) ложные утверждения при осуществлении предпринимательской деятельности, способные дискредитировать юридическое лицо, индивидуального предпринимателя, товары, работы, услуги или предпринимательскую деятельность конкурента;

3) указания или утверждения, использование которых при осуществлении предпринимательской деятельности может ввести в заблуждение относительно характера, свойств, пригодности к применению или количества товаров, работ, услуг конкурента.

Из п. 4 указанной статьи следует, что данный перечень является открытым, поскольку установлено, что к недобросовестной конкуренции также относятся и другие действия, противоречащие требованиям названного Кодекса и иных актов законодательства Республики Беларусь о конкуренции, при осуществлении предпринимательской деятельности.

Согласно ст. 1 Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее — Закон), под недобросовестной конкуренцией понимаются любые направленные на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности действия хозяйствующих субъектов, которые противоречат Закону, требованиям добросовестности и разумности и могут причинить или причинили убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации.

В Законе дается следующая характеристика акта недобросовестной конкуренции:

- субъект, которому наносится вред, например конкуренты или потребители;
- тип получения преимуществ, например усиление своих позиций в конкурентной борьбе, ослабление позиций конкурентов либо смешанный вариант.

Дополнительными характеристиками акта недобросовестной конкуренции являются:

- механизм получения преимуществ, например увеличение издержек конкурентов, уменьшение доходов конкурентов или увеличение рисков конкурентов;
- экономические последствия для конкурента, например, упущенная выгода или уменьшение стоимости компании-конкурента;
- источник выгоды компании-нарушителя, например внутренний — сокращение собственных издержек, внешний — увеличение доли рынка.

В ст. 141 Закона («Недопущение недобросовестной конкуренции») отмечается, что любые действия, направленные на ограничение или устранение конкуренции путем нарушения прав других хозяйствующих субъектов на свободную конкуренцию, а также нарушающие права и законные интересы потребителей, не допускаются.

Статья 142 Закона, содержащая аналогичный, но более детализированный, чем предусмотренный ст. 1029 ГК РБ, примерный перечень форм недобросовестной конкуренции

ции, также позволяет относить к ней и иные, не перечисленные в данной статье Закона, действия, противоречащие требованиям Закона и иных актов законодательства о конкуренции, при осуществлении предпринимательской деятельности.

Таким образом, для квалификации каких-либо действий в качестве недобросовестной конкуренции необходимо одновременное наличие следующих признаков [5]:

1. Недобросовестной конкуренцией является исключительно активное поведение, т.е. бездействие недобросовестной конкуренцией признаваться не может. Действия, представляющие собой недобросовестную конкуренцию, могут быть по своему характеру любыми.

2. Указанные действия могут совершаться только хозяйствующими субъектами, т.е. согласно ст. 1 Закона Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» физическими или юридическими лицами, иными субъектами гражданского права, осуществляющими предпринимательскую деятельность или имеющими право ее осуществлять. Это означает, что под понятие недобросовестной конкуренции подпадают и действия лиц, которые осуществляют экономическую деятельность, не являющуюся предпринимательской.

3. Соответствующие действия должны иметь в качестве конечной цели приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности. Иначе говоря, хозяйствующий субъект стремится к освоению части рынка, занятой его конкурентом (конкурентами), с одновременным вытеснением конкурирующих хозяйствующих субъектов из общей сферы деятельности либо к созданию условий, ограничивающих или устраняющих возможность доступа на соответствующий товарный рынок других участников.

4. Действия хозяйствующих субъектов должны противоречить ГК РБ, либо Закону, либо иным актам законодательства о конкуренции, либо требованиям добросовестности и разумности.

Что касается категорий «добросовестности» и «разумности», то, по мнению М.И. Брагинского, в обоих случаях должна идти речь об использовании критерия «средний человек», т.е. для оценки действий конкретного лица должно иметь исходное значение отклонение от того, как действовал бы такой «средний человек» [6, с. 101]. Вместе с тем можно согласиться с той точкой зрения, что любые используемые в законодательстве оценочные понятия зачастую приводят к разногласиям в толковании и затрудняют правовую оценку того, когда субъект злоупотребляет правом [7, с. 87].

5. Действия совершаются при осуществлении предпринимательской деятельности. При этом в законодательстве Республики Беларусь не оговаривается, кем осуществляется данная предпринимательская деятельность: хозяйствующим субъектом, совершающим соответствующие действия, либо лицом, права которого нарушены, либо ими обоими.

6. Возможность причинения соответствующими действиями или причинение убытков другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесения ущерба их деловой репутации. Субъективной стороной недобросовестной конкуренции могут являться как умысел, так и неосторожность. Для пресечения недобросовестной конкуренции фактически причиненный вред не обязателен, он важен только в том случае, когда конкурент требует возмещения убытков.

Следует учитывать, что получение преимуществ может достигаться путем игнорирования рыночных правил, направленных на поощрение тех предпринимателей, которые предлагают товары и услуги, наиболее полно удовлетворяющие требования потребителей, а именно:

- усиление собственных конкурентных позиций посредством прямого и косвенного использования ресурсов конкурента без его согласия, осуществляемое, например, в фор-

ме введение в оборот товара при незаконном использовании ОИС или нераскрытой информации;

- ослабление конкурентных позиций организации-конкурента посредством создания препятствий хозяйственной деятельности в соответствии с его целями и задачами, осуществляемого, например, в форме дискредитации конкурента, которая может осуществляться путем распространения соответствующей информации, во-первых, в собственной рекламе, во-вторых, в информации, отражающей мнения третьих лиц;

- одновременное усиление собственных позиций и ослабление позиций конкурентов посредством использования нерыночных ресурсов для изменения условий конкурентной борьбы, например введение в заблуждение потребителей или практика подкупа должностных лиц при получении контракта.

Последнее необходимо отличать от ограничительной деловой практики (ОДП). Под ОДП понимается поведение или действия отдельных фирм либо формы и методы хозяйственного взаимодействия группы фирм, которые, злоупотребляя своим господствующим или доминирующим положением на рынке, ограничивают конкуренцию, не допускают к рынку своих конкурентов, серьезно ограничивая или даже полностью исключая для них возможность проведения конкурентной деятельности, что наносит или может нанести им ущерб.

Отметим некоторые из *последствий и причин* недобросовестной конкуренции, непосредственно связанные с охраной прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Недобросовестная конкуренция ведет прежде всего к *убыткам* конкурента, чьи права нарушены. Под убытками (в том числе в соответствии с ГК РФ) понимаются [8]:

- расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб);

- неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

Если лицо, нарушившее право, получило вследствие этого доходы, лицо, право которого нарушено, вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере, не меньшем чем такие доходы.

Наиболее общими обстоятельствами, способствующими совершению преступлений в области конкуренции, предусмотренных ст.180 УК РФ, являются:

- высокая доходность деятельности по выпуску, импорту и реализации контрафактной продукции;

- высокий уровень налогообложения производства и импорта легальной продукции;

- низкая покупательная способность потребителей;

- правовой нигилизм большинства отечественных предпринимателей;

- незаинтересованность отдельных правообладателей товарных знаков в борьбе с производством и сбытом контрафактной продукции из-за негативного воздействия обнародованной информации о нарушении на результаты финансово-хозяйственной деятельности правообладателя;

- недостаток средств у многих правообладателей для противодействия незаконному использованию товарных знаков;

- наличие должностных лиц в государственных органах и органах местного самоуправления, которые покровительствуют подозреваемым, нередко лично, прямо или косвенно заинтересованы во введении в гражданский оборот контрафактных товаров.

Незаконное использование в коммерческом обороте (без надлежаще оформленного согласия владельца) таких видов интеллектуальной собственности, как товарный знак (ТЗ) или промышленный образец, осуществляется двумя способами: полным копированием ОИС другого владельца; созданием и введением в хозяйственный оборот объектов, сходных до степени смешения с ОИС конкурента.

Рассматривая убытки правообладателей *товарных знаков* с экономической точки зрения, необходимо учитывать причины и последствия нарушений прав на ТЗ. Основными для их правообладателей являются:

- снижение доверия потребителей к товарам и услугам, произведенным с использованием зарегистрированных товарных знаков;
- снижение доли рынка правообладателя и лицензиата товарного знака;
- недополучение правообладателем лицензионных платежей;
- увеличение доли условно постоянных затрат на рекламу продукции и услуг, реализуемых с использованием товарного знака, а также на защиту прав на товарный знак.

Фонарева выделяет два важнейших объективных фактора, которые определяют частоту и масштабы незаконного использования ТЗ [9]:

1) известность и популярность товара (работы, услуги) определенного изготовителя (исполнителя, продавца);

2) уровень технологической и организационной сложности воспроизводства и реализации соответствующего товара (работы, услуги), а также размер необходимых капитальных вложений.

Большое значение имеют размеры и вес товара. Известна достаточно устойчивая корреляционная зависимость: чем больше размеры и вес товара, тем выше риск обнаружения подделки и соответственно тем меньше подделываются такие товары.

Наиболее серьезные последствия для нарушителей прав на ТЗ предусмотрены ст. 180 УК РФ — лишение свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до 500 тыс. р. Надо отметить, что по уголовно-процессуальному законодательству обязанность доказывания ущерба лежит не на потерпевшем (правообладателе), а на следователе (дознавателе), поэтому доказывание этого обстоятельства, как правило, основывается на результатах судебной экспертизы, в рамках которой может быть привлечен эксперт-оценщик.

Появлению на рынке новых товаров предшествует использование предпринимателем ранее никому не известной информации технического, технологического и делового характера — *ноу-хау*, имеющей коммерческую значимость и определяющей уровень дохода, который напрямую зависит от новаторства предпринимателей и степени активности использования коммерчески значимой информации.

Примерами негативных последствий разглашения коммерческой тайны являются:

- срыв переговоров, утрата возможности заключения выгодного контракта, лицензионного соглашения и т.д.;
- отказ от решений, ставших неэффективными в результате разглашения информации, и необходимость принятия дополнительных мер, связанных с финансовыми затратами;
- использование конкурентами полученных сведений для повышения эффективности экономического соперничества;
- потеря возможности патентования и продажи лицензий;
- нанесение ущерба авторитету фирмы;
- опережение конкурентом вывода аналогичного товара на рынок;
- увольнение ведущих специалистов предприятия.

Для предотвращения негативных последствий недобросовестной конкуренции фирмы и корпорации разрабатывают соответствующие политику и стратегию действий.

Системная борьба с контрафактной продукцией в целом и защита коммерчески значимой информации от противоправного посягательства на современном этапе становятся важными составляющими экономической безопасности государства. Изучение правоприменительной практики в данной сфере других стран может быть полезным при совершенствовании соответствующего законодательства Республики Беларусь.

Л и т е р а т у р а

1. *Нестеров, А.В.* Фальсификация и контрафакция: экспертный аспект / А.В. Нестеров // Партнеры и конкуренты. — 2001. — № 6. — С. 7—13.
2. *Ворожейкина, А.Г.* Рынок контрафактной продукции и его структура в России и за рубежом / А.Г. Ворожейкина, А.Ш. Юсуфов // Актуальные проблемы теории и практики: сб. науч. тр.; под ред. В.Н. Лопатина. — М.: Юрайт, 2009. — Т. 2. — С. 49.
3. *Брюховецкий, Н.Н.* Недобросовестная конкуренция: к сведению предпринимателя / Н.Н. Брюховецкий // ЮрКлуб [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://www.yurclub.ru/docs/corporate/article58.html>.
4. *Тотьев, К.Ю.* Недобросовестная конкуренция по современному французскому праву / К.Ю. Тотьев // Закон. — 2006. — № 2.
5. *Тыкоцкая, Н.Г.* Соотношение понятия «недобросовестная конкуренция» и оснований применения антидемпинговых, компенсационных и специальных защитных мер по законодательству Республики Беларусь / Н.Г. Тыкоцкая // Журн. междунар. права и междунар. отношений. — 2009. — № 1.
6. *Брагинский, М.И.* Осуществление и защита гражданских прав. Сделки. Представительство. Доверенность. Исковая давность / М.И. Брагинский // Вестн. Высш. Арбитр. Суда Рос. Федерации. — 1995. — № 7. — С. 99—113.
7. *Малиновский, А.А.* Злоупотребление правом / А.А. Малиновский. — М.: МЗ-Пресс, 2002.
8. *Костин, А.В.* Убытки правообладателей интеллектуальной собственности: точка зрения оценщика / А.В. Костин // Интеллект. собственность. Пром. собственность. — 2008. — № 12. — С. 53—67.
9. *Фонарева, Н.* Административные меры по предотвращению недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности / Н. Фонарева // Интеллект. собственность. Пром. собственность. — 2002. — № 4. — С. 33—39.

Статья поступила в редакцию 12.12.2011 г.

Н.Г. Токаревская

кандидат физико-математических наук

В.Ф. Иконников

доктор технических наук, доцент

БГЭУ (Минк)

ПРИМЕНЕНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ЭКОНОМИКЕ

Обсуждаются отличительные особенности и преимущества применения геоинформационных систем в сфере экономики. Выделен перечень экономических задач, для решения которых использование геоинформационных систем предпочтительно.

Distinctive features and advantages of geoinformation systems are discussed. It is argued that the use of the geoinformation systems is the most preferable when dealing with some economic problems. The list of such problems is given.