

УДК 343.2

Незаконное использование информации и интеллектуальной собственности в условиях конкуренции¹

Булгакова Дарья Сергеевна, студент, Оренбургский государственный университет, redactor7130@gmail.com

В статье рассматривается комплекс методов недобросовестной конкуренции, связанных с противоправным завладением и использованием конфиденциальной информации и объектов интеллектуальной собственности. Особое внимание уделяется такому способу, как дискредитация, которая анализируется в двух основных аспектах: как самостоятельное нарушение и как следствие незаконного использования информации. Выявлены правовые пробелы и предложены направления для совершенствования механизмов защиты прав хозяйствующих субъектов. Доказывается, что в условиях цифровой экономики дискредитация, подкрепленная несанкционированно полученными данными, приобретает масштабный и крайне разрушительный характер.

Ключевые слова: недобросовестная конкуренция, интеллектуальная собственность, коммерческая тайна, конфиденциальная информация, дискредитация, деловая репутация.

Острая конкурентная борьба использует массу способов, чтобы устранить конкурента. Незаконные методы, использованные для извлечения прибыли, имеют широкую характеристику: кража коммерческой информации, использование чужих знаков, патентное пиратство и дискредитация конкурентов. Вследствие чего нарушаются не только права правообладателя, но и дестабилизируется рынок.

Рассматривая, незаконное использование информации и интеллектуальной собственности, стоит отметить основные формы проявления.

– Незаконное присвоение коммерческой тайны.

Данная форма проявляется в виде переманивания сотрудников с доступом к конфиденциальным данным, хакерские атаки и промышленный шпионаж.

– Нарушение авторских и патентных прав.

Примерами такой формы может послужить копирование дизайна, программного кода или изобретения. Так же в таком пункте существует понятие как «патентные тролли» - злоупотребление патентными исками.

– Фальсификация и подделка продукции.

Характеризуется как использование чужого бренда для введения потребителей в заблуждение.

При анализе основных форм незаконного использования информации стоит помнить о дискредитации.

Дискредитация – это метод недобросовестной конкуренции, который наносит ущерб деловой репутации компании, путем распространения ложных, неточных или искаженных сведений.

Формы проявления дискредитации:

– прямая ложь – заявления о том, что продукция конкурента опасна, некачественна или поддельная (без доказательств);

– скрытая дискредитация – использование намеков, двусмысленных формулировок, создающих негативный образ конкурента;

– сравнительная реклама с искажениями – некорректное сопоставление товаров с преувеличением недостатков конкурента;

– фейковые отзывы и накрутка негатива – создание ложных отрицательных отзывов в интернете;

– распространение слухов через СМИ, соц.сети, устные заявления.

Цель таких действий – подрыв доверия к хозяйствующему субъекту и переманивание его клиентов за счет негативного информационного воздействия.

Примеров дискредитации на практике может послужить ситуация, где компания Apple выиграла иск против Samsung за распространение недостоверной информации об экологической безопасности техники iPhone.

Обращаясь к судебной практике, явным примером также выступает случай, когда бывший сотрудник компании написал в блоге, что его экс-работодатель использует "дешевые и опасные материалы". Суд обязал его опровергнуть информацию, так как она не была подтверждена.

Но также немало примеров, касающихся продвижение ложной информации, через социальные сети. К примеру, фирма запустила рекламу: "Наш товар – без химии, в отличие от аналогов". Конкурент доказал, что его продукт тоже соответствует стандартам, и суд запретил такую рекламу.

Для регулирования незаконных методов недобросовестной конкуренции используются инструменты: гражданско-правовые противодействия, административная ответственность, уголовная ответственность и международные инструменты.

Гражданско-правовые противодействия включают в себя иски о возмещении убытков (ст. 15 ГК РФ), признания права на товарный знак.

Иск о защите чести, достоинства и деловой репутации. Регулируется статьей 152 ГК РФ. Суть такой ответственности заключается в том, лицо, в отношении которого распространены порочащие его честь достоинство или деловую репутацию сведения, имеет право требовать их опровержения, а также компенсации морального вреда и убытков. Ключевое условие – распространение сведения должны быть порочащими и не соответствующими действительности. Истец доказывает факт распространения, ответчик – что сведения соответствуют действительности.

В результате получается суд обязывает ответчика опровергнуть информацию тем же способом, которым она была распространена, а также взыскать денежную компенсацию.

Административная ответственность регулирует Кодекс об административных правонарушениях (КоАП РФ). Примером может послужить статья 5.61 «Оскорбление» или статья 13.15 «Злоупотребление свободой массовой информации». Суть такой ответственности – это наказание за менее серьезные поступки, чем уголовные, предусматриваются штрафы.

Уголовная ответственность отмечена в ст.146 УК РФ (нарушение авторских прав), ст.183 УК РФ (разглашение коммерческой

¹ Научный руководитель: Волосова Нонна Юрьевна — заведующий кафедрой уголовного права, Оренбургский государственный университет, доктор юридических наук, доцент.

тайны), также статьей 128.1 УК РФ (клевета, если распространение ложных сведений носит умышленный характер и причиняет значительный вред).

При анализе борьбы с дискредитацией важно обратить внимание и на оперативный способ.

Чаще всего это самый быстрый и эффективный метод.

Данный метод включает в себя прямое обращение к распространителю. На практике это просьба требовать удалить информацию и опубликовать опровержение, указав нарушение закона и готовность обратиться в суд.

Обращение к администрации платформы. Такой метод проявляется как жалоба на пост, размещенный на известной интернет-платформе. Платформы обычно имеют механизмы для удаления противоправного контента.

Право на ответ. Заключительный метод в оперативном способе борьбы против дискредитации. Во многих странах законодательство гарантирует право на ответ в СМИ, которое распространило информацию. Вы можете потребовать опубликовать ваш ответ или опровержение в том же объеме и месте.

Информационно-коммуникативный способ. Применяется для PR и репутационного менеджмента. Включает в себя такие методы как: публичное опровержение, работа со СМИ, построение положительного имиджа и управление репутацией в поисковых системах.

Заключительный способ — это медиация и переговоры. Привлечение третьей, нейтральной стороны (медиатора) для урегулирования конфликта без обращения в суд. Это конфиденциальный способ для достижения соглашения, например в форме публичных извинений.

В заключении отметим, что дискредитация — опасный инструмент недобросовестной конкуренции, который может нанести серьезный урон бизнесу. Компании должны активно защищать свои активы, а государство — ужесточать законодательство и контролировать его исполнение.

Важно учесть, что регулирование дискредитации — это многоуровневый процесс, где выбор способа зависит от конкретных обстоятельств, серьезности ущерба и целей, которых хочет достичь пострадавшая сторона.

Примечания

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» //Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс] // URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102108256> (дата обращения: 27.11.2021).
2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [утв. 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 24.06.2023, с изм. от 20.11.2023), по состоянию на 06 декабря 2023] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2023 – № 14 – 1560-0580.
3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации офиц. текст: [утв. 27.11.2023., по состоянию на 06 декабря 2023 г.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2023 – № 30 – ISSN 1560-0580.
4. Городов О.А. Незаконное использование тайны конкурента как акт недобросовестной конкуренции / О.А. Городов // Современная конкуренция. – 2010. – № 4 (22). – С. 79 – 93.

English version

Illegal use of information and intellectual property under competitive conditions

Bulgakova Darya Sergeevna, student, Orenburg State University

This article examines a set of unfair competition methods associated with the unlawful acquisition and use of confidential information and intellectual property objects. Special attention is paid to the practice of discreditation, which is analyzed in two main aspects: as an independent violation and as a consequence of the illegal use of information. The study identifies legal gaps and proposes directions for improving the mechanisms of protection of business entities' rights. It is argued that in the context of the digital economy, discreditation supported by unauthorized data acquisition takes on a large-scale and highly destructive character.

Keywords: unfair competition, intellectual property, trade secret, confidential information, discreditation, business reputation.