

Nelojalna konkurencija

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 8 | Nivo: Visoka strukovna skola za menadžment u saobraćaju

Uvod

Nelojalna konkurencija je radnja trgovca koja je protivna dobrim poslovnim običajima i kojom se nanosi ili može naneti šteta drugom trgovcu, drugom pravnom licu i kupcu, odnosno potrošaču.

Zbog neetičkog ponašanja poslovnih subjekata javlja se neloyalna konkurencija. Koja se za razliku od "zdrave konkurencije" odnosi na upotrebu neetičkih metoda radi ostvarivanja lične koristi.

Pod neloyalnom konkurencijom se podrazumeva svaka radnja poslovnog subjekta učinjena radi poslovne utakmice, pri vršenju prometa roba i usluga drugih poslovnih delatnosti, koja je protivna dobrim poslovnim običajima kojom se nanosi ili može naneti šteta konkurentu, potrošačima ili društvenom interesu.

Nelojalnom konkurencijom smatra se naročito:

1. reklamiranje, oglašavanje ili nuđenje robe navođenjem podataka ili upotrebom izraza kojim se stvara ili se može stvoriti zabluda na tržištu o toj robi, čime se određeni trgovac dovodi ili se može dovesti u povoljniji položaj;
2. iznošenje neistina i ocrnjivanje drugog trgovca koji štete njegovom ugledu i poslovanju;
3. prodaja robe sa oznakama ili podacima koji stvaraju ili mogu stvoriti zabunu u pogledu porekla, načina proizvodnje, količine, kvaliteta ili drugih svojstava robe;
4. prikrivanje mana robe ili dovođenje kupca u zabludu na dugi način;
5. preduzimanje radnji usmerenih na raskidanje poslovnog odnosa između drugih trgovaca ili radi sprečavanja, odnosno otežavanja zasnivanja takvog odnosa;
6. oglašavanje prividne rasprodaje ili prividnog sniženja cena robe ili vršenje druge slične radnje kojom se kupac, odnosno potrošač dovodi ili se može dovesti u zabludu u pogledu cena;
7. neovlašćena upotreba zakonom zaštićenih spoljnih oznaka drugog trgovca (naziv, firma, robni žig, uslužni žig, znak kvaliteta, znak porekla i dr.) ili upotreba oznaka koje nisu zakonom zaštićene, kojom se stvara ili se može stvoriti zabluda u prometu robe na štetu drugog trgovca koji te oznake upotrebljava u svom poslovanju;
8. davanje drugom trgovcu ovlašćenja za korišćenje svojih spoljnih obeležja ako se time stvara ili može stvoriti zabluda na tržištu;
9. neovlašćeno korišćenje usluga trgovačkog putnika, trgovinskog predstavnika ili zastupnika drugog trgovca;
10. pridobijanje kupaca ili korisnika usluga davanjem ili obećavanjem nagrada ili kakve druge imovinske koristi ili pogodnosti čija vrednost znatnije prevazilazi uobičajene reklamne nagrade;

Nelojalna konkurencija protivi se dobrim poslovnim običajima. Njome se može nanijeti ili nanosi šteta drugom trgovcu, drugoj pravnoj osobi ili potrošaču. Nelojalna konkurencija je i prodaja robe s oznakom ili podacima koji mogu stvoriti zabunu u pogledu porijekla robe. Neovlašćena upotreba znaka, tuđeg robnog žiga, oznake ili drugog vanjskog obilježja također je neloyalna konkurencija. Ako sud, npr. utvrdi sličnost ambalaže onda će zaključiti da se radi o neloyalnoj konkurenciji, dakako sve u smislu odgovarajućih odredbi Zakona o trgovini.

Poslovni subjekti obavljajući različite poslovne akcije i operacije, stupajući u razne obligacione odnose, vršeći razne usluge: bankarske, kreditne, berzanske, osiguravajuće, komisione, zastupničke, posredničke, transportne, skladišne i mnoge druge mahom su vezani za pojavljivanje na tržištu i međusobne poslovne odnose koji tamo nastaju. Dakle, tržište se pojavljuje kao "prostor" u kome se kreću roba, ljudi, kapital, usluge i na kome poslovni subjekti stupaju u određene odnose preduzimajući određene poslovne aktivnosti. Iako se ne može u potpunosti predvideti koji će se poslovi odvijati i kakvi će se poslovni odnosi povodom kretanja robe, ljudi, kapitala i usluga uspostavljati ipak je vremenom dolazilo do dva gotovo suprotstavljena zahteva:

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com