**Nieuczciwa konkurencja a naśladowanie produktów innych przedsiębiorców.**

**Naśladowanie produktów jest w niektórych branżach powszechne i może być legalne, jeśli nie narusza prawa własności intelektualnej ani nie wprowadza klientów w błąd. W takim przypadku jest to uczciwa konkurencja, a przedsiębiorcy rywalizujący na rynku mają szansę na zdobycie klientów dzięki innowacyjnym rozwiązaniom i korzystaniu z dobrych praktyk biznesowych.**

**Kiedy naśladowanie produktów innego przedsiębiorcy może być uznane za nieuczciwą?**

1. **Narusza prawa własności intelektualnej**: jeśli naśladowanie obejmuje naruszenie praw autorskich, znaków towarowych, wzorów przemysłowych lub innych form własności intelektualnej, to jest to nieuczciwa konkurencja.

2. **Powoduje dezorientację klientów**: jeśli naśladowanie jest takie, że klienci mogą mylnie uwierzyć, że produkt jest oferowany przez oryginalnego producenta, to jest to nieuczciwa konkurencja.

3. **Wykorzystuje tajemnice handlowe**: jeśli naśladowanie opiera się na wykorzystaniu tajemnic handlowych lub poufnych informacji uzyskanych z nieuczciwych źródeł, to jest to nieuczciwa konkurencja.

4. **Prowadzi do wprowadzania w błąd**: jeśli naśladowanie wprowadza klientów w błąd co do jakości, składu lub właściwości produktu, to jest to nieuczciwa konkurencja.



Wszystkie te działania mają na celu zdobycie przewagi na rynku kosztem innych przedsiębiorców i są uważane za nieetyczne i nieuczciwe. W wielu krajach istnieją przepisy prawne regulujące nieuczciwą konkurencję i nakładające kary za takie działania.

**Przyczyna spadku jakości produktów i wzrostu cen dla konsumentów**

Nieuczciwa konkurencja wśród przedsiębiorców prowadzi do zakłócenia równowagi na rynku oraz ograniczenia wyboru konsumentów, co negatywnie wpływa na rozwój przedsiębiorczości oraz dobro ogółu społeczeństwa.

Źródło: [https://rgw.com.pl/](https://rgw.com.pl/aktualnosci/)