

- 2..Закон України «Про пестициди і агрохімікати» від 02.03.95р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 14, ст.91) {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2059-VIII від 23.05.2017, ВВР, 2017, № 29, ст.315 № 2530-VIII від 06.09.2018}
- 3.Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 36, ст.164) {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 689-VI від 18.12.2008, ВВР, 2009, № 15, ст.204 № 782-VIII від 12.11.2015, ВВР, 2015, № 51, ст.473}
- 4.Закон України «Про захист рослин» //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, N 50-51, ст.310) {Із змінами, внесеними згідно із Законами №191-VIII (191-19) від 12.02.2015, ВВР, 2015, № 21, ст.133}

ПРАВОВІ ЗАСАДИ КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЗБИТКІВ ПРАВОВЛАСНИКІВ

Ткачов М.М.

доцент кафедри права НТУ «ХПИ»

З контрафактною та фальсифікованою продукцією наша країна зіткнулася ще на початку 90-х років, коли разом з в певній мірі товарним достатком в нашу країну хлинув потік всіляких підробок під «фірму». Сьогодні також спостерігається стійка тенденція зростання кількості правопорушень у сфері інтелектуальної власності, пов'язаних з виробництвом та розповсюдженням контрафактної та фальсифікованої продукції [1, 2].

Проведені нами дослідження [2-15] свідчать про те, що в цей час рівень порушення виключних прав на результати інноваційно-інтелектуальної діяльності творчих працівників (контрафакція) в різних видах продукції набула індустріального характеру. Обсяг контрафакту в окремих галузях промислового виробництва в світі в цілому, в Європі і в нашій країні співмірний з об'ємом легального виробництва, а не так вже і рідко навіть перевищує його. В результаті в тіньовому обороті залишаються грошові потоки, розмір яких в деяких випадках перевершує вартість офіційно визначеного валового національного продукту. Збиток українській економіці і загроза життю і здоров'ю споживачів контрафактної продукції перевищує всі розумні розміри та досить складно піддається обчисленню. Сформоване положення

загрожує міжнародному престижу України, заважає їй зайняти чільне в місце в європейському економічному співтоваристві. Проблема фальсифікації і контрафакту придбала національні масштаби і ставить під загрозу економічну безпеку держави.

Аналіз світового, європейського та національного ринку дозволяє зробити висновок про те, що сучасний стан контрафакції різних видів продукції набуває все більш масового характеру. Обсяг контрафакту в окремих сферах підприємницької діяльності порівняльний з обсягами легального виробництва, а нерідко і перевищує його. Місткість світового ринку контрафактної продукції, за даними Організації економічного співробітництва та розвитку, становить близько 650 млрд. доларів. При цьому спостерігається тенденція стійкого і істотного зростання обороту підробленої продукції: обсяг світового ринку контрафактної продукції до 2016 може перевершити 1,6 трлн дол. [3, 4, 5]. У результаті в тіньовому обігу залишаються грошові кошти, співмірні з вартістю офіційно визначеного валового національного продукту, завдається суттєва шкода українському бізнесу, створюється загроза життю і здоров'ю громадян і т.п. Економічні та соціальні збитки при цьому виявляються величезними і важко піддаються обчисленню. Сформоване положення загрожує міжнародному престижу України, заважає її вступу в міжнародне економічне співтовариство. За даними аналітиків щорічні втрати компаній - виробників через шахрайство в галузі прав інтелектуальної власності оцінюються в сотні мільярдів доларів.

В 2017-2018 рр. в нашій країні органами державної інспекції з питань захисту прав споживачів, було проведено більш 20 тис. перевірок продукції на предмет її відповідності зазначеними вимогам, чільне місце серед яких займає дотримання виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності. В результаті незаконна продукція була виявлена в 28% випадків. Відзначається зростання обсягів вилучених з обігу продуктів харчування, алкогольних та безалкогольних напоїв, тютюнових виробів, програмного забезпечення, автозапчастин, виробів легкої промисловості. Частка цих фальсифікованих товарів перевищує 20% від загального обсягу виготовлення.

В найбільш широкому вжитку в основі контрафакції - незаконне використання фірмами на своїх товарних знаках позначень, які розміщені на популярних товарах інших фірм. Це недобросовісна конкуренція шляхом введення споживача в оману. Це використання результатів чужої праці всупереч волі власника. Слово «контрафакт» було запозичене в західноєвропейських мовах. Тому і у контрафакту і

у відповідного англійського слова counterfeit одні й ті ж витоки. Англійське слово countrefet - імітувати, латинське contrafactio - підробка від contre- проти + faire - робити. Якщо підсумовувати гранично лаконічно, то контрафакт – це новий продукт, створений на основі існуючого оригіналу. В основі контрафакту - порушення прав інтелектуальної власності.

Не слід прирівнювати контрафактні товари до фальсифіковані, на що акцентує увагу в своїй статті юрист Іван Бардов [1], оскільки дані терміни абсолютно не є рівнозначними за своїм економіко-правовим наповненням. На наш погляд, контрафактний товар – це товар, який перебуває в торгівельному чи споживчому обігу з порушенням цивільного законодавства. Наприклад, запасні частини до авто, які виготовлені на певному підприємстві з незаконним використанням об'єктів інтелектуальної власності, права на які належать іншим суб'єктам, і пропонуються споживачеві під чужим іменем (зазвичай, брендовим). У випадку продажу чужих товарів без згоди на це дійсних правовласників – це також буде контрафакт.

Фальсифікований товар – це товар, який супроводжується помилковою інформацією про його склад, що частіше всього зустрічається при виготовленні і продажу фармацевтичних та алкогольних товарів [16, 18].

На наш погляд, визначення фальсифікованого товару в законі Російської Федерації [17] як товару, що «супроводжується помилковою інформацією про його...виробника» потребує уточнення. На наш погляд, якщо якась фірма випускає свої товари під торгівельною маркою (або дуже схожою на неї, причому товар настільки близько імітує продукт іншої компанії, що він здається продуктом самої цієї фірми) іншого виробника, то це не можна назвати фальсифікацією. Це пряма контрафакція. До речі, на це ж положення вказує і норма п.1 ст.1515 Цивільного кодексу Російської Федерації «... товари, етикетки, упаковки товарів, на яких незаконно розміщені торгівельна марка або схоже до змішування позначення, є контрафактними» [17].

Виходячи з вищевикладеного, контрафактними товарами є ті, виготовлення, будь-яке використання, імпорт, перевезення чи зберігання яких призводить до порушення виключного права на результат інтелектуальної діяльності або засіб індивідуалізації, виражені в даних товарах. Таким чином, головним і ключовим відзнакою контрафактної продукції від не контрафактної є саме дані про порушення інтелектуальних прав. Питання про контрафактність товарів є юридичним і не має відношення саме по собі до якості товару (проте,

як правило, контрафактні товари мають більш низьку якість щодо виготовлених правовласником або його ліцензіатами). Будь-який матеріальний носій може бути визнаний контрафактним тільки судом [1, 8, 11, 14].

Наші дослідження свідчать про те, що правовласники в багатьох випадках не проявляють суттєвої активності по захисту своїх виключних прав. На наш погляд, для такої поведінки є певні підстави (причини або мотиви), якими в цих випадках керуються правовласники. Основні з них представлені нами на рис. 1.



Рисунок 1 - Основні мотиви правовласників при відмові від судових позовів по захисту виключних прав

Представлені на рис. 1 дані підтверджують той факт, що з точки зору низки правовласників в деяких випадках дешевше і доцільніше не відстоювати свої виключні права на товарні знаки в судовому порядку. А провести ребрендинг виробництва, призначений для залучення нових категорій споживачів та посилення унікальності існуючих брендів.

Несанкціоноване використання порушниками виключних прав (прав інтелектуальної власності), яке найбільш часто проявляється в виробництві, використанні (споживанні), ввезенні, продажу і пропозиції до продажу контрафактної продукції, а також в використанні способу, який охороняється патентом, для її виробництва, призводить не тільки до порушення цивільних прав правовласника, а і до суттєвим матеріальним збиткам. Такого роду збитку, що отримують правовласники, складаються з витрат, які вони зробили або повинні зробити для поновлення порушеного права, втрати або пошкодження майна (все це має вигляд реальних збитків), а також недоотримання доходів (прибутку), які патентовласник отримав би, якби його виключні

права не були порушені. Останнє має вигляд не реальних збитків, а упущеної вигоди [14].

В правовій державі такого роду поведінка конкуруючих суб'єктів потребує, по перше, юридичної оцінки з певним адміністративним або кримінальним покаранням порушника прав, по друге, обов'язковим матеріальним відшкодуванням задіяної матеріальної та моральної шкоди правласнику.

Список використаних джерел:

1. Бардов И. Понятие контрафактных товаров / И.Бардов [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://ivanbardov.info/ponyatie-kontrafaktnyh-tovarov>
2. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
3. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промислому підприємстві // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
4. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
5. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
6. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
7. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.

8. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
9. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // Вісник Національного технічного університету «ХП» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХП”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32.
10. Перерва П.Г.; Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.
11. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2017. – № 45 (1266). – С.51-55.
12. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // Вісник Національного технічного університету «ХП» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
13. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.
14. Pererva P.G., Kobieliieva T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // Вісник Національного технічного університету «ХП» (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.
15. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // Вісник Національного технічного університету «ХП» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХП», 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.

16. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. №436-IV// Відомості Верховної Ради України. - 2003. - № 18-22. - Ст.144.
17. Гражданский кодекс Российской Федерации.- М.: Издательство «Омега-Л», 2008. - 665с.
18. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003р. №435-IV// Відомості Верховної Ради України. - 2003. - № 40-44. - Ст. 356.

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО СУДУ З ПИТАНЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Шуцько М.Г.

Сумський державний університет, магістр

На даний період Україна проходить один із найскладніших етапів за всі роки свого існування. Етап корінних змін, вдосконалення держави до рівня країн Європи, а також для досягнення головної мети перед українським суспільством – стати повноцінним членом Європейського союзу. Проте це вимагає значних кроків євроінтеграції, іншими словами прийняття досвіду деяких європейських країн, які вже пройшли цей складний період та країн, що є взірцем права та демократичності.

Євроінтеграція є головним і незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України, а подальша розбудова та поглиблення взаємовідносин між Україною та ЄС здійснюється на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції [1].

Взагалі євроінтеграція – системне впровадження стандартів ЄС, як категорія є дуже неоднозначною, що захвачує всі сфери життєдіяльності країни. Одна з ключових позицій є судова система. 2 червня 2016 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до Конституції України (щодо правосуддя)», а також Закон України «Про судоустрій і статус суддів» у новій редакції відповідно на реалізацію змін до Конституції України в частині правосуддя. 29 вересня 2017 року Президент України видав Указ «Про утворення Вищого суду з питань інтелектуальної власності». Новостворений спеціалізований суд працює, але не здійснює свою головну функцію – судочинство. Отже, досить вагомою проблемою є організація процесуальної діяльності Вищого суду з питань інтелектуальної власності.