

кому просторі. Інтереси спільні і специфічні // Віче. – 1998. – № 7 (76). – С. 16–29. 4. Кудряченко А. Українсько-російські відносини: шлях до рівноправного співробітництва // Нова політика. – 1998. – № 1. – С. 12–17. 5. Пирожков С. Деякі проблеми українсько-російських відносин в контексті великого договору // Сучасність. – 1999. – № 9. – С. 128–135. 6. Пронін С. Перспективи соціально-економічного розвитку й господарської інтеграції Росії та України // Політична думка. – 1999. – № 3. – С. 19–23. 7. Послання президента України до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України в 2001 році / ред. Гальчинський А.С. – Київ. – 2002. – С. 122–140. 8. Шерр Д. Коли ж росіяни усвідомлять реальність незалежності України? // Політика і час. – 1998. – № 6. – С. 17–20.

*Ткачев М.М.
м. Харків, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ЗБИТКІВ ВІД КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ ТА РОСІЇ

Вступ: Проблема контрафакту в сучасному світі широко документована і є загально визнаним фактом урядовими та неурядовими організаціями. Крадіжка інтелектуальної власності, в тому числі запатентованих технологій, торгових марок та авторських прав, є серйозною проблемою на світовому торговому ринку. Фальсифікація товарів, що надходять на внутрішній ринок, супроводжується тінізацією економічних зв'язків і не тільки представляє небезпеку для економічних перспектив розвитку регіонів і країни в цілому, але і супроводжується загрозою життю та здоров'ю споживачів підробленої продукції. Основним фактором для масштабних фальсифікацій у вітчизняній економіці є наявність в її структурі величезного тіншового сектора, який за обсягами виробництва цілком заслуговує назви паралельної економіки. При цьому межі між легальною і тіншовою економікою розмиті, а найчастіше їх практично не існує. За даними Держспоживстандарту, світовий обіг підроблених товарів становить 500 мільярдів доларів. В Україні і Росії близько 90% всієї продукції, що продається в країнах – підроблена.

Постановка завдання: Цілю статті являється дослідження та аналіз методів визначення збитків правласників товарних знаків від контрафакції продукції.

Методологія: Теоретико-методологічною основою дослідження, результати якого представлені в даній статті, послужили труди вітчизняних та зарубіжних вчених, присвячених проблемі захисту прав інтелектуальної власності та дослідженню контрафактної продукції. Крім того, дослідження базуються на вивченні та аналізу законодавчих актів України та Росії.

Результати дослідження: Поширення контрафактної, фальсифікованої і недоброякісної продукції завдає серйозного економічного збитку державам – членам Співдружності Незалежних Держав і є серйозною проблемою для України. Низька собівартість підроблених товарів дозволяє їхнім виробникам і постачальникам отримувати колосальні прибутки. Як наслідок, мають місце ненадходження значних сум податкових платежів у національні бюджети. За оцінками експертів, щорічно у світі продається контрафактної продукції на \$ 670 млрд. в Російській Федерації – близько 3 млрд. доларів США, в Україні – 1,5 млрд. доларів.

Збитки від контрафактної та фальсифікованої продукції, можна розділити на кілька груп:

- отримання збитків економіці держави у вигляді не надходження податкових та інших платежів у бюджети держави і державні позабюджетні фонди;

- завдання шкоди престижу країни, підрив інвестиційного клімату;
- збиток власникам авторських прав на продукцію і прав на товарні знаки;
- збиток здоров'ю споживачів контрафактної та фальсифікованої продукції.

Продукція, яка користується найбільшим попитом у постачальників контрафактної та фальсифікованої продукції:

- тютюн, алкоголь та їжа і т. ін.;
- дизайнерський одяг, годинники і аксесуари;
- лікарські препарати, хімічні речовини і т. ін.;
- парфумерія, косметика та догляд за тілом;
- компакт-диски, DVD-диски, комп'ютерні програми, ігри;
- транспортні засоби та інші запасні частини;
- електроінструменти побутової техніки.

Порядок відшкодування збитків в Україні та Російській Федерації закріплений в різних правових актах. Найбільш загальні принципи відшкодування збитків як виду відповідальності відображені в Цивільному кодексі. В Україні перш за все в статтях 16, 431, 432, 610–625, а у РФ в статтях 15, 393–397, 401, 404, 524 [1, 2].

У процесі оцінки збитків (реального збитку та упущеної вигоди) від порушень прав на товарні знаки можуть бути використані методи вартісної оцінки інтелектуальних прав і методи визначення розміру ліцензійних платежів за використання інтелектуальних прав (в т.ч. з сфери ліцензійної торгівлі).

Що стосується майнової відповідальності за порушення прав на товарні знаки, то загальні положення про відшкодування збитків (компенсації) правовласників ТЗ введені в Україні з 1 січня 2004 року частиною четвертою Цивільного кодексу та ст. 50-53 Закону України «Про авторське право та суміжні права» та в Російській Федерації з 1 січня 2008 року четвертою частиною Цивільного кодексу РФ (ст. 1252, 1253 і 1515) [2].

До теперішнього часу поки не створено загальновизнаних правил, стандартів та методик з оцінки збитків правовласників товарних знаків (збитку і упущеної вигоди) в т.ч. для цілей судочинства. Неодноразово питання про створення таких методик піднімалося на різних рівнях і вченими, і представниками правовласників, асоціацій власників товарних знаків і правоохоронними органами.

Про відшкодування збитків правовласникам від порушених виключних прав на засіб індивідуалізації товарів (послуг) рекомендовано мати на увазі, що до складу реального збитку входять не тільки фактично понесені потерпілим витрати, але й витрати, які він повинен був зробити для відновлення порушеного права. У розмір збитків крім реального збитку включається й упущена вигода.

Економічний сенс «формули», встановленої статтею 15 ГК РФ, полягає в тому, що розмір майнової шкоди (збитків) визначається підсумовуванням в грошовому вираженні (1) витрат, необхідних для відновлення порушеного права, (2) вартості «втраченого майна» (реальний збиток) і (3) недержаних доходів (упущеної вигоди). На цій ж формулою заснований порядок обчислення розміру втрат і збитків різних суб'єктів права, а також шкоди, заподіяної тим або іншим природним об'єктам, закріплений різного роду законодавчими та іншими правовими актами.

На думку А.Ш. Юсуфова [5] в судовій і прокурорсько-слідчій практиці наявні наступні способи розрахунку та обґрунтування упущеної вигоди правовласника товарного знаку:

- а) як дохід, отриманий особою, незаконно використовуючи чужий товарний знак;
- б) за принципом: введення в цивільний оборот однієї одиниці контрафактної продукції, зриває аналогічне введення в цивільний оборот, принаймні, однієї одиниці легальної продукції. Вартісне вираження матеріальної частини збитку в цьому випадку мо-

же визначатися шляхом множення кількості контрафактної продукції на вартість одиниці легальної продукції;

в) як сума платежів, які належали б правовласнику за придбання прав використовувати його товарний знак (при укладенні ліцензійного договору).

Як зазначають вчені в даній галузі, розрахунок збитку правовласника часто буде досить очевидним припущенні, що одна одиниця контрафактної продукції витісняє з ринку одну одиницю легальної продукції.

В Україні, п. «г» ч. 1 ст. 52 Закону «Про авторські і суміжні права» передбачає фактично три варіанти захисту майнових авторських прав в судовому порядку:

- стягнення доходу, отриманого порушником авторського права;
- відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду;
- стягнення компенсації [3].

Мабуть, найбільш простим методом являється стягнення доходу, отриманого порушником авторського права. Проте сума такого стягнення далеко не завжди може задовольнити позивача, оскільки вже отриманий дохід навряд чи може відповідати тому збитку, який фактично завданий порушенням авторського права або може бути причинений в майбутньому.

У ст. 22 ЦК України, містить в собі наступні положення з відшкодування збитків:

1. Особа, якій завдано збитків у результаті порушення її цивільного права, має право на їх відшкодування.

2. Збитками є:

1) втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки);

2) доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода).

3. Збитки відшкодовуються у повному обсязі, якщо договором або законом не передбачено відшкодування у меншому або більшому розмірі.

Якщо особа, яка порушила право, одержала у зв'язку з цим доходи, то розмір упущеної вигоди, що має відшкодовуватися особі, право якої порушено, не може бути меншим від доходів, одержаних особою, яка порушила право.

4. На вимогу особи, якій завдано шкоди, та відповідно до обставин справи майнова шкода може бути відшкодована і в інший спосіб, зокрема, шкода, завдана майну, може відшкодовуватися в натурі (передання речі того ж роду та тієї ж якості, пошкодження пошкодженої речі тощо).

Необхідно відзначити, що істотну роль у процесі створення та встановлення стандартів та правил оцінки збитків правовласників товарних знаків можуть зіграти громадські (саморегульовані) організації, що об'єднують у своїх лавах правовласників товарних знаків, оцінювачів, патентних повірених та інших зацікавлених учасників ринку товарних знаків.

В Європі запропоновано новий метод оцінки завданих збитків. В цьому методі використовуються ринкові дані для оцінки завданих збитків від порушень прав інтелектуальної власності, таких як контрафактної продукції.

Метод заснований на порівнянні попередніх прогнозів продажів з фактичними даними продажів для оцінки «незадоволеного попиту» для продукту, і припускаючи, що різниця, принаймні частково, викликана контрафактною продукцією.

Переваги цього нового методу в порівнянні з альтернативами є: економічність, широка застосовність до декількох продуктів і ринків, порівнянність, дозволяючи систематичне порівняння між фірмами або ринками, і відтворюваність.

Отже, в наявній системі охорони авторських та суміжних прав існує ряд значних недоліків, пов'язаних з визначенням розміру упущеної вигоди та збитків спричинених власнику прав. Подальші наші дослідження будуть спрямовані на розробку адекватної та справедливої методики розрахунків даних показників.

Список літератури: 1. Цивільний кодекс України від 16.03.2003 № 435-IV. 2. Гражданский кодекс Российской от 30.11.1994 N 51-ФЗ. 3. Закон України «Про авторські і суміжні права» (ВВР), 1994, N 13, ст. 64). 4. Костин А.А. Оценка убытков правообладателей товарных знаков от контрафакции / Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук. 5. Ворожейкина А.Г., Юсуфов А.Ш. Рынок контрафактной продукции и его структура в России и за рубежом // Интеллектуальная собственность. Контрафакт. Актуальные проблемы теории и практики: сб. научн. трудов. под ред. д-ра юрид. наук В.Н. Лопатина. – М.: Издательство Юрайт, 2009. – Т. 2. – С. 48 – 65. 6. <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Chaau/2011-3/11koipar.pdf>.

*Цebro O.K., Сачок П.В., Гаряева А.М.
г. Харьков, Украина*

ВОЗМОЖНА ЛИ ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ?

В настоящее время в глобальной сети интернет практически все объекты интеллектуальной собственности могут быть использованы кем угодно и как угодно. Под объектами понимаются результаты научно-технического творчества, коммерческие обозначения, объекты авторского права и смежных прав. Все это используется в качестве контента веб-сайтов для придания должного вида – привлекательного для пользователя своим внешним дизайном, а также внутренним наполнением, в которых могут быть использованы изображения, видео, музыка, выражения и прочее.

Для начала разберемся что же все таки представляет собой право интеллектуальной собственности. Гражданский кодекс Украины, гл. 35, ст. 418 гласит: «Право интеллектуальной собственности – это право лица на результат интеллектуальной, творческой деятельности или на другой объект права интеллектуальной собственности, определенный *Гражданским Кодексом* и другим законом (п. 1)». Также вспомним, что принадлежит к объектам данного положения (по статье 420 ГК Украины):

- литературные и художественные произведения;
- компьютерные программы;
- компиляции данных (базы данных);
- исполнение;
- фонограммы, видеogramмы, передачи (программы) организаций вещания;
- научные открытия;
- изобретения, полезные модели, промышленные образцы;
- компонование (топографии) интегральных микросхем;
- рационализаторские предложения;
- сорта растений, породы животных;
- коммерческие (фирменные) наименования, торговые марки (знаки для товаров и услуг), географические указания;
- коммерческие тайны.