

**Іванова М. А.,**  
здобувач вищої освіти  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ  
**Бондар О. С.,**  
доцент кафедри  
цивільно-правових дисциплін  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ,  
кандидат юридичний наук

## **ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

Актуальність теми дослідження полягає, перш за все, у тому, що ми живемо під час неспинного розвитку технологій, а особливо що стосується комп'ютерних та інформаційних. Завдяки цьому починає розширюватись спектр товарів та послуг, що можуть надаватись безпосередньо з використанням відповідних технологій, а через це і не дивно, що буде збільшуватись кількість правопорушень.

Останнім часом більш прогресивними стають торговельні відносини у сфері інтелектуальної власності з використанням мережі Інтернет та Інтернет-технологій, що, у свою чергу, призводять до широкого вжитку термінів «електронна торгівля», «бізнес в мережі» тощо, що за собою тягне і використання такого терміну як «контрафактний товар».

Визначення контрафактної продукції надається у Митному кодексі України, у якому визначено, що до них належать:

- товари, що є предметами порушення прав інтелектуальної власності на торговельну марку в Україні;
- товари, що є предметами порушення прав інтелектуальної власності на географічне зазначення в Україні;
- будь-яка упаковка, етикетка, наліпка, брошура, інструкція з експлуатації, гарантія чи інший документ такого типу, навіть якщо вони представлені окремо, які є предметами порушення прав інтелектуальної власності на торговельну марку або географічне зазначення [1].

Загалом, об'єктом контрафакції, зазвичай, стає трудомісткий товар, який може вводиться в обіг та продаватись в інфопросторі за високими цінами через репутацію якогось бренду з якого його було скопійовано. Прикладом такого товару може слугувати, одяг, взуття, косметичні засоби, ліки, вироби зі шкіри та хутра, продукти харчування тощо.

Виробники такої продукції повністю імітують зовнішній вигляд оригінального товару, при цьому повністю копіюючи усі товарні знаки таким чином, що кінцевий споживач може легко заплутатись і не відрізнити

оригінал від копії, тим самим завдаючи виробникам оригінальних товарів величезних збитків. Окрім великої суми збитків шахраї, зазвичай, завдають ще й репутаційної шкоди власникам відповідних торгових марок, адже у своїй діяльності використовують неякісні матеріали, а також не дотримуються правильної технології при виробництві. А в умовах сьогодення, у зв'язку з пандемією хвороби COVID-19, повномасштабним вторгненням російської федерації на територію незалежної України, коли онлайн-торгівля стала пріоритетною формою реалізації продукції через аккаунти в соціальних мережах, Інтернет-магазинах, проблема шахрайства контрафактної продукції в мережі Інтернет набуває все більших масштабів.

Організацією економічного співробітництва та розвитку («ОЕСР») було проведено дослідження з приводу «економічних наслідків контрафакції та піратства» і вони дійшли висновку про те, що «саме Інтернет надав порушникам прав інтелектуальної власності новий та потужний засіб для продажу своєї продукції, припускаючи, що значна частка контрафактних товарів розповсюджується через Інтернет» [2].

Це і не дивно, адже через стрімкий розвиток мережі Інтернет стало значно легше виготовляти й розповсюджувати контрафактні товари, оскільки для виробників контрафактної продукції з'явилися додаткові канали збуту, що, у свою чергу, супроводжується рекламою цих товарів для продажу кінцевому споживачу.

Оскільки мережа Інтернет є всесвітнім глобальним простором, то доступ до споживачів по всьому світу виробниками та реалізаторами контрафактних товарів забезпечується без жодних обмежень. Крім того, популярності набирає саме електронна торгівля, яку можна здійснити через Інтернет-магазини, що пропонують великий асортимент товарів і послуг для споживачів. Покупці, які здійснюють покупку онлайн, можуть сформулювати замовлення, обрати зручний спосіб оплати і замовити його з будь-якої точки світу. Під час здійснення такої Інтернет-покупки досить складно відрізнити чи є цей товар контрафактним чи ні, адже навіть під час введення запиту стосовно товару в пошукову мережу – це не означає, що буде відтворено саме веб-сайти, які пропонують виключно оригінальні товари. Саме через це, у більшості випадків, споживач не може відрізнити оригінал від стовідсоткової підробки, що і зумовлює порушення права.

Щоб вберегти себе від придбання контрафактних товарів необхідно пам'ятати, що відповідні товари поділяються на декілька видів:

- товари-двійники – тобто такі товари, які повністю аналогічні до оригіналу і виробляються з метою введення споживача в оману;
- товари-імітатори – товари, які мають схожість із продукцією правовласника (схожість форми упаковки, дизайну, кольору тощо), проте повністю не копіюють його. До цього виду також належать подібність у найменуванні, яке зображується шляхом зміни однієї чи декількох літер [3].

Підводячи підсумок із цього питання необхідно зауважити, що на даний момент відсутній дієвий механізм захисту споживачів від контрафактних товарів і їх придбання у мережі Інтернет. Через це можна сказати, що боротьба із такими товарами стає головним пріоритетом власників права на інтелектуальну власність.

#### Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 р. № 4495-VI. Відом. Верхов. Ради України. 2012. №44-48. Ст. 552. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>.
2. The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy – OECD, 2008. URL: <http://apps.who.int/medicinedocs/documents/s19845en/s19845en.pdf>.
3. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелева Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: Планета-Прінт, 2019. 1002 с

**Іщенко М. В.,**

здобувач вищої освіти

Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ

**Науковий керівник:**

**Нестерцова-Собакарь О. В.,**

доцент кафедри

цивільно-правових дисциплін

Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ,

кандидат юридичних наук, доцент

## ПРАВОЧИНИ ТА ЇХ МІСЦЕ В СИСТЕМІ ЮРИДИЧНИХ ФАКТІВ

Поняття правочину є більш конкретизованим, аніж поняття юридичного факту. Юридичні факти поділяються на правомірні і неправомірні, а також вони завжди мають вольовий характер. Відтак, правочинами є правомірні і вольові дії, які спрямовані на досягнення безпосередньо правового результату, такого як набуття, зміна або припинення цивільних обов'язків та прав. Лише та дія, яка спрямована на встановлення, зміну або припинення визначається правочином [1, с. 968]. У випадку, коли буде встановлено що дія була спрямована на інший результат, дія не буде правочином [1, с. 968]. Якщо громадяни порушують права інших суб'єктів, не буде вважатися правочином не дивлячись на те, що ця дія створює зміну прав та обов'язків, вона спрямована на порушення інших прав. Дія, яка не лише спрямована на результат, а призвела до зміни, припинення або встановлення цивільних відносин являється правочином.