



Продаж контрафактних товарів з використанням зареєстрованих торговельних марок через інтернет-магазини

Валентина Гриньчак

Одеський НДІСЕ, м. Одеса, Україна, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4020-9142>,
e-mail: grinchak7@ukr.net

Досліджено збільшення продажу контрафактних товарів через інтернет-магазини в період військового стану. Проаналізовано негативний вплив анонімного придбання доменних імен на хостингах, анонімних продажів на торговельних онлайн-майданчиках, незаконне використання торговельних марок.

Ключові слова: право інтелектуальної власності; контрафакт; торговельна марка; інтернет-шахрайство.

Selling Counterfeit Goods Using Registered Trademarks Through Online Stores

Valentyna Hrynychak

The increase in sales of counterfeit goods through online stores during the period of martial law is investigated. The negative impact of anonymous purchase of domain names on hosting services, anonymous sales on online trading platforms, and illegal use of trademarks are analyzed.

Keywords: intellectual property rights; counterfeit; trademark; Internet fraud.

Через економічні проблеми в період військового стану, запровадженого через збройну агресію РФ, може зрости попит на фальсифіковані товари, що вплине на розширення тіньових ринків і збільшення кількості злочинів у сфері недобросовісної конкуренції та незаконного використання інтелектуальної власності, оскільки споживач щиро вірить у всілякі акції та знижки на оригінальну продукцію, яка насправді є фальсифікатом. Споживачам варто більш прискіпливо вибирати сайти для здійснення онлайн-покупок (особливо тих, що мають схожість із сайтами оригінальних брендів, подібну назву доменного імені тощо), а також уважніше ставитися до оформлення інтернет-сторінок продавців і запропонованих там товарів.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» (далі — Закон) «торговельна марка — позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб» [1].

У ч. 1 і абз. 1 п. 2 ст. 20 Закону обумовлено:

«1. Будь-яке посягання на права власника свідоцтва, передбачені статтею 16 цього Закону, в тому числі вчинення без згоди власника свідоцтва дій, що потребують його згоди, та готування до вчинення таких дій, вважається порушенням прав власника свідоцтва, що тягне

за собою відповідальність згідно з чинним законодавством України.

Порушенням прав власника свідоцтва вважається також використання без його згоди в доменних іменах торговельних марок та позначень, вказаних у пункті 5 статті 16 цього Закону.

2. На вимогу власника свідоцтва таке порушення повинно бути припинено, а порушник зобов'язаний відшкодувати власнику свідоцтва завдану майнову шкоду шляхом відшкодування збитків чи виплати компенсації та/або завдану немайнову (моральну) шкоду» [1].

За абз. 2 п. 4 ст. 16 Закону використанням торговельної марки визнають «нанесення її на будь-який товар, для якого торговельну марку зареєстровано, упаковку, в якій міститься такий товар, вівіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням торговельної марки з метою пропонування для продажу, пропонування його для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення)» [1].

На вимогу власника торговельної марки використання має бути припинено, а порушник повинен відшкодувати власникові торговельної марки завдані збитки.



Власникові торговельної марки надано монополне право не на товар, а на торговельну марку, призначену для індивідуалізації такого товару. Товар і торговельна марка незалежні один від одного і виконують різні функції:

Основна функція торговельної марки — ідентифікаційна, вона допомагає власникові під час реалізації товарів, а споживачеві — під час їх вибору поміж подібних.

Дистинктивна (розпізнавальна) функція — це здатність ідентифікувати товар і дозволяти споживачеві розпізнати цей знак і товар серед однорідної продукції різних виробників. Якщо споживач може сплутати товари, дистинктивна функція торговельної марки не працює, і споживач може не придбати той товар, який хоче.

Гарантійна функція торговельної марки працює, коли покупці використовують марку для вибору продукції, якість якої їм відома зі споживацького досвіду.

Метою власника торговельної марки є бажання створити враження, що всі товари під брендом мають однакову якість, незалежно від того, де і хто їх виробив. Якщо виробник використовує однаковий знак на продукції нижчої якості, наслідком буде втрата покупців.

Рекламна функція торговельної марки — це мовчазний продавець товару.

Як відомо, змішування позначень на ринку може відбуватися лише в результаті їх реально-го використання на подібних товарах, створюючи у споживача враження, що вони належать одній особі, яка виробляє товари або надає послуги. Для з'ясування такої однорідності слід зважати на рід (вид) товарів і послуг; їхнє призначення; вид матеріалу, з якого виготовлено товар; умови й канали збуту товарів; коло споживачів.

На споживчому ринку це відбилось збільшенням:

- інтернет-фішингу (фішингових (підроблених) сторінок, створених шахраями, які копіюють офіційні сторінки інтернет-магазинів, виробників та ін.);
- онлайн-шахрайства (фальшиві інтернет-аукціони, інтернет-магазини, сайти та телекомунікаційні засоби);
- кількості контрафактної продукції шляхом незаконного використання товарних знаків, найменувань місць походження товарів.

Власники інтернет-магазинів можуть зловживати відкритим інтернет-простором, продаючи контрафактні товари. Такі порушення трапляються частіше, коли офіційний дистриб'ютор або виробник уже продає в Україні подібні товари: зловмисники продають в інтернеті товари з позначеннями, тотожними зареєстрованим торговельним маркам або схожими на них.

Шахраї копіюють офіційні сторінки відомих торговельних брендів з інтернету та намагаються видати себе за представника або партнера компанії-виробника, використовуючи репутацію відомого бренда на свою користь. У такому разі власники прав на об'єкти інтелектуальної власності зазнають значних економічних збитків, а також репутаційних утрат. Пересічні споживачі також страждають, купуючи в неліцензованого продавця: вони не отримують товар очікуваної якості, обіцяний рівень сервісу, обслуговування та підтримки.

Згідно з п. 27 ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів» до фальсифікованої продукції належить продукція, «виготовлена з порушенням технології або неправомірним використанням знаку для товарів та послуг, чи копіювання форми, пакування, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи» [2]. До того ж у ч. 4 ст. 6 цього Закону обумовлено, що «забороняється введення в обіг фальсифікованої продукції» [2].

Питання про місце знаходження є центральним для з'ясування особи порушника. Багато повідомлень в інтернеті є анонімними, і неможливо абсолютно впевнено перевірити особу порушника. Поширеним варіантом анонімності є псевдонім, коли порушник бере участь у спілкуванні під вигаданим ім'ям або кількома вигаданими іменами. Анонімність користувачів підтримують за допомогою, зокрема: вебсайтів, електронної пошти, кімнат чатів, FTP-сайтів, груп новин Usenet, засобів шифрування, повторної розсилки й анонімних серверів.

Анонімність в інтернеті не є абсолютним правом, і обмеження щодо використання анонімності можуть бути започатковані для захисту основних прав громадян. Зокрема, це очевидно у разі порушення прав інтелектуальної власності через інтернет, де анонімні IP-адреси порушників не можуть бути захищені конфіденційністю. Тож провайдер може зіставити відповідну адресу комп'ютера з унікальним абонентом



інтернету; знаючи адресу протоколу інтернету й дату та час підключення, провайдери можуть ідентифікувати комп'ютер, після чого зіставити його з обліковим записом користувача інтернету та його (її) фізичною адресою.

Одним із варіантів розв'язання питання зменшення кількості порушень із використання прав на об'єкти інтелектуальної власності в інтернеті є законодавче посилення відповідальності власників хостингів і вебсерверів, а також недопущення оренди вебпростору анонімними особами.

Маємо надію, що рівень безпеки в інтернет-просторі України незабаром значно

підвищиться, а популярні шахрайські схеми в мережі буде зведено нанівець.

Перелік джерел посилання

1. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII (зі змін. та допов.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12> (дата звернення: 17.02.2024).
2. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII (зі змін. та допов.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1023-12> (дата звернення: 17.02.2024).