

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА КОМПЕНСАЦИИ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ НА ТОВАРНЫЙ ЗНАК РАЗМЕЩЕННЫЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ



Ведерникова Кристина Игоревна,
Студентка Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России)

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются актуальные проблемы современных реалий, таких как нарушение прав товарного знака, его безнаказанное использование в сети Интернет, а также дальнейшая компенсация его владельцам. Подчеркивается важность правомерного использования товарного знака в предпринимательской деятельности, особенно, в сети Интернет, поскольку, в настоящее время большинство сделок совершается именно в информационно-телекоммуникационной среде. Делается вывод о необходимости усиления мер защиты и мер ответственности для эффективного предпринимательского оборота.

Ключевые слова: товарный знак, компенсация, правообладатель, способ защиты, интернет, предпринимательская деятельность, сделки, коммерческий оборот

Abstract. This article discusses current issues of modern realities, such as violation of trademark rights, its unauthorized use on the Internet, as well as further compensation to its owners. The importance of the legitimate use of the trademark in entrepreneurial activity, especially on the Internet, is emphasized, because, at present, most transactions are made precisely in the information and telecommunication environment. The conclusion is drawn on the need to strengthen protective measures and measures of responsibility for effective business turnover.

Keywords: trademark, compensation, copyright holder, method of protection, Internet, entrepreneurial activity, transactions, commercial turnover

Цель данной работы – проанализировать проблемы неправомерного использования товарного знака, как средства индивидуализации юридического лица, в предпринимательской деятельности и предложить эффективные методы исключения указанных действий из коммерческого оборота.

Исследование проведено с помощью общенаучных методов: анализа, обобщения, а также логический, сравнительно-правовой, догматический, системно-структурный, логико-юридический.

Товарный знак представляет собой охраняемое законом средство индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Исключительное право использования товарного знака принадлежит правообладателю, который может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использовать товарный знак. Также закон запрещает применение без разрешения правообладателя похожих на его товарный знак обозначений в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Своеобразие правовой охраны товарного знака находится в возможности выбора правообладателем одного или нескольких способов защиты, предусмотренных общими положениями граждан-

ского законодательства, а также нормами, регламентирующими права на интеллектуальную собственность [1].

Все методы защиты прав на товарный знак относительно можно распределить на две группы: организационные, направленные на устранение нарушения прав на товарный знак; и имущественные, призванные компенсировать финансовые убытки правообладателя, возникшие по причине такого нарушения [2]. Всесторонними способами защиты организационного характера является изъятие из оборота и ликвидация контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, а также обязанность удалить товарный знак или сходное с ним до той степени смешения обозначение с материалов, которыми сопровождается выполнение таких работ или оказание услуг, в том числе с документации, рекламы, вывесок (п. 2 ч. 1 ст. 1252, ч. 2 и 3 ст. 1515 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). Помимо применения указанных мер правообладатель также вправе материально оштрафовать виновника, потребовав от него возместить убытки (ст. 15, п. 3 ч. 1 ст. 1252 ГК РФ) или выплатить компенсацию (ч. 3 ст. 1252, ч. 4 ст. 1515 ГК РФ). Каждый из этих способов защиты имеет свои явные преимущества [3].

Масштабные случаи нарушения исключительных прав в современных условиях свойственны миру не только реальному, но и виртуальному. Особой ми-

шенью нарушителей являются товарные знаки, незаконное использование которых позволяет привлечь на свою страницу значительное количество пользователей, предложить негодный товар, получить деньги за пиар, размещенный на странице с известным доменом. В контексте подобных нарушений перед правообладателем встает ряд вопросов, основными из которых является выбор правильного способа защиты прав на товарные знаки с учетом специфики Интернета.

В наше время Интернетом пользуется большинство населения, ведь через него можно заказать абсолютно любой товар и выбрать необходимые услуги, в том числе с использованием приложений для смартфонов. Но у стремительно развивающейся глобальной сети есть и обратная сторона. Вместе с честными предпринимателями в сеть выходят несправедливые лица, использующие анонимность и вседозволенность сети в собственных целях. Это проявляется и в незаконном использовании товарных знаков на первом месте у правообладателя стоит задача в этом случае – грамотно сформулировать требования при обращении за защитой прав на товарный знак.

Закон предоставляет огромный спектр инструментов для защиты прав на бренд Российское гражданское законодательство содержит открытый перечень способов защиты исключительных прав. Статья 1252 ГК РФ устанавливает, что в случае нарушения исключительных прав правообладатель вправе обратиться в суд с требованиями: 1) о признании права; 2) прекращении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; 3) возмещении убытков; 4) выплате компенсации; 5) изъятии материального носителя; 6) публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя [4].

Применительно к случаям нарушения прав на товарные знаки законодатель дополнительно конкретизирует возможный перечень требований правообладателя.

В п. 4 ст. 1515 ГК при назначении материального возмещения за незаконное использование чужого товарного знака рекомендованы два способа расчета компенсации: «Правообладатель вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

1) в размере от десяти тысяч до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

2) в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака». (Обратим внимание, что возмещение убытков, понесённых правообладателем вследствие нарушения его исключительных

прав, порядок оценки объёма убытков регламентирован ст. 15 ГК РФ.)

Правообладатель может требовать выплаты компенсации в размере от 10 000 руб. до 5 млн руб., определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения, или в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака. Правообладатель тоже вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. В тех случаях, когда введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения. Для защиты нарушенных прав на товарные знаки можно использовать не только судебный способ, но и административный – обращение в Роспатент с возражением на предоставление правовой охраны товарному знаку оппонента, похожему до степени смешения с товарным знаком правообладателя, или обращение в ФАС России с требованием о признании действий оппонента недобросовестной конкуренцией [5]. Конвенция по охране промышленной собственности, заключенная в Париже 20 марта 1883 г. [6], в статье 10.bis устанавливает, что недобросовестной конкуренцией будут считаться указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров. Статья 14.2 Федерального закона от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон N 135-ФЗ) [7] содержит аналогичную норму, согласно которой под недобросовестной конкуренцией будет пониматься введение в заблуждение, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей [8].

Почему же были введены именно такие схемы начисления компенсации? Изначально это было связано с распространённой некоторое время назад не совсем верной практикой арбитражных судов, когда инстанции неоднократно аргументировали тем, что если не доказан размер убытков, то соответствующие суммы не будут взысканы, пусть даже и признан сам факт нарушения. Иными словами, чтобы правообладатель мог взыскать убытки, ему было не-

обходимо не только доказать нарушение своих прав, но и установить размер понесённых убытков. Однако в спорах об интел-лектуальной собственности доказывание конкретного размера убытков всегда представляло большую сложность. Исходя из этого, законодатель создал новую возможность компенсировать потери правообладателя и ввёл конструкции, изложенные в ст. 1515 ГК. Согласно этим механизмам компенсация при любых обстоятельствах должна быть рассчитана, независимо от того, удалось определить точный объём убытков, или нет. Более того, ещё при Высшем Арбитражном суде было отмечено, а позже закреплено в Постановлении Пленума Верховного суда №25 от 25 июня 2015 г., что даже если размер убытков не доказан, суд всё равно на основе принципа справедливости и соразмерности должен определить их размер (п. 12 Постановления). [9]

Примечательно, что во втором способе расчёта компенсации, указанном в ст. 1515 ГК РФ, присутствует двукратность, что подчёркивает не только восстановительную функцию компенсации в российском законодательстве, но отчасти и штрафную. Даже для виновного нарушителя это очень существенные суммы, не говоря уже о тех случаях, когда нарушитель исключительных прав действовал невиновно, в этой ситуации наложение подобного взыскания было бы чрезмерным [10].

Таким образом, можно сделать вывод, что в стране существует качественный механизм по защите товарного знака, а также судебная практика активно ищет возможности снижения сумм начисляемых компенсаций, преследуя цель уравновесить гнет, которым подвергаются нарушители и правообладатели.

Список литературы

1. Ответственность информационного посредника. Использование товарных знаков в информационно-телекоммуникационной сети Интернет{сайт}: <http://ipc.arbitr.ru/node/13619>
2. Сушкова О.В. К вопросу о злоупотреблении правами на товарные знаки: проблемы практики / Правовое регулирование интеллектуальной собственности и инновационной деятельности: сб. ст. уч-ов науч.-методолог. семинара / под общ. ред. О.В. Сушковой. – М.: РГ-Пресс, 2018. – С. 104–111
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: федеральный закон от 18 декабря 2006 № 230-ФЗ [с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2006. – № 52 (1 ч.). – Ст. 5496.
4. Сафоненков П.Н. Меры правового регулирования пресечения угроз нарушения таможенного законодательства: моногр. // П.Н. Сафоненков. – М.: РИО Российской таможенной академии, 2016. – 148 с.
5. Волкова И. Некоторые аспекты судебных споров о нарушении прав патентообладателей / И. Волкова // ИС. Промышленная собственность. – 2016. – №10.
6. Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) // Закон. N 7. 1999 (извлечение).
7. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О защите конкуренции» // СЗ РФ. РФ. 2006. N 31 (1 ч.). Ст. 3434.
8. Михайлов А.В. Правовые способы пресечения недобросовестной конкуренции на рынке органической продукции / А.В. Михайлов // Конкурентное право. – 2019. – № 3. – С. 37–39.
9. Правовое регулирование экономической деятельности: единство и дифференциация: моногр. / отв. ред. И.В. Ершова, А.А. Мохов. – М.: Норма; Инфра-М, 2017. – 464 с.
10. Предпринимательское право: Правовое сопровождение бизнеса: учеб. для магистров / И.В. Ершова, Р.Н. Аганина, В.К. Андреев [и др.]; отв. ред. И.В. Ершова. – М.: Проспект, 2017. – 848 с.
11. О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 8. Август. 2015; Гаврилов Д.А. Некоторые вопросы взыскания убытков вследствие нарушения антимонопольного законодательства: текущая практика и перспективы с учетом зарубежного опыта // Вестник Арбитражного суда Московского округа. 2015. №3;
12. По делу о проверке конституционности подпункта 1 статьи 1301, подпункта 1 статьи 1311 и подпункта 1 пункта 4 статьи 1515 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с запросами Арбитражного суда Алтайского края: Постановление Конституционного Суда РФ от 13.12.2016 N 28-П // СЗ РФ. 2016. № 52 (Ч. V). Ст. 7729.