

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЗАЩИТЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОТ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ В СФЕРЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Балтабаева Жасмина Меирхатовна

Магистрантка Ташкентского государственного юридического университета

baltabayevajasmin@gmail.com

+998908100819

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15581866>

Аннотация. Данная работа посвящена анализу правовых механизмов защиты потребителей от контрафактной продукции в сфере товарных знаков в Республике Узбекистан. Проведен комплексный анализ национального законодательства в контексте международных стандартов, включая Соглашение ТРИПС и Парижскую конвенцию. Выявлены ключевые проблемы: недостаточная осведомленность потребителей, сложности выявления контрафакта, слабое межведомственное взаимодействие. На основе зарубежного опыта предложены рекомендации по гармонизации законодательства с международными стандартами, усилению ответственности за производство и реализацию контрафакта, развитию альтернативных способов защиты прав потребителей и созданию эффективной системы информирования.

Ключевые слова: товарные знаки, контрафакт, защита потребителей, интеллектуальная собственность, правовое регулирование, международные стандарты, судебная практика, административная ответственность, межведомственное взаимодействие, правовая грамотность потребителей.

Введение

Проблема защиты потребителей от контрафактной продукции в сфере товарных знаков является одной из наиболее актуальных в современном мире. Глобализация экономических процессов и развитие международной торговли привели к значительному росту оборота контрафактных товаров, что наносит существенный ущерб как правообладателям товарных знаков, так и потребителям.

В Республике Узбекистан данная проблема приобретает особую значимость в контексте проводимых экономических реформ и интеграции страны в мировую торговую систему. Согласно последним изменениям в законодательстве от 16 января 2024 года № 267-II, система регистрации товарных знаков подверглась существенным модификациям, что требует переосмысления подходов к защите прав потребителей.

Цель данного исследования заключается в комплексном анализе правовых механизмов защиты потребителей от контрафактной продукции в сфере товарных знаков на основе изучения национального законодательства Республики Узбекистан и международных правовых стандартов.

Методология исследования основывается на сравнительно-правовом анализе узбекского и международного законодательства, изучении судебной практики и анализе эффективности существующих механизмов защиты. Особое внимание уделяется соответствию национального законодательства международным стандартам в области защиты интеллектуальной собственности и прав потребителей.

Актуальность темы обусловлена необходимостью совершенствования правовых механизмов защиты в условиях развития цифровых технологий и электронной

коммерции, которые создают новые вызовы для системы контроля за оборотом товаров и защиты потребительских прав.

Теоретические основы защиты от контрафакта

Товарный знак представляет собой правовой институт, обеспечивающий идентификацию товаров и услуг на рынке и защиту интересов как производителей, так и потребителей.

В Республике Узбекистан правовое регулирование товарных знаков осуществляется на основе Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 30 августа 2001 года № 267-II. Статья 3 данного закона определяет товарный знак как обозначение, способное отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц.

Международные стандарты определения товарных знаков заложены в статье 15 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (далее ТРИПС) 1994 года, согласно которому «любое обозначение или любое сочетание обозначений, способное отличить товары или услуги одного предприятия от товаров или услуг других предприятий, может быть товарным знаком». Это определение является базовым для большинства национальных законодательств и обеспечивает унификацию подходов к пониманию сущности товарных знаков на международном уровне.

Контрафактная продукция представляет собой товары, незаконно использующие товарные знаки, что приводит к введению потребителей в заблуждение относительно происхождения и качества товаров.

Влияние контрафакта на права потребителей проявляется в нескольких аспектах. Во-первых, потребители получают товары ненадлежащего качества, не соответствующие заявленным характеристикам. Во-вторых, нарушается право потребителей на получение достоверной информации о товаре. В-третьих, создаются риски для здоровья и безопасности потребителей, особенно в сферах медицины, продуктов питания и детских товаров.

Система международной защиты товарных знаков базируется на фундаментальных международных соглашениях, которые формируют основу для национальных законодательств и обеспечивают унификацию подходов к защите прав интеллектуальной собственности.

Статья 4 Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года устанавливает, что любое лицо, надлежащим образом подавшее заявку на товарный знак в одной из стран Союза, имеет определенные права и гарантии. Ключевыми принципами Конвенции являются:

- принцип национального режима, обеспечивающий равную защиту иностранных и национальных заявителей (ст.2 выше указанной конвенции);
- право конвенционного приоритета, позволяющего использовать дату подачи первой заявки при подаче в других странах-участницах (ст.4 выше указанной конвенции);
- независимость охраны товарных знаков в разных странах (ст.6 выше указанной конвенции).

Кроме того, Соглашение ТРИПС устанавливает минимальные стандарты защиты товарных знаков, включая:

- требования к регистрации и охране товарных знаков (ст.15 вышеуказанного Соглашения);
- права, предоставляемые товарным знакам (ст.16 вышеуказанного Соглашения);
- исключения из прав на товарные знаки (ст.17 вышеуказанного Соглашения);
- срок охраны товарных знаков (ст.18 вышеуказанного Соглашения).

Особое значение ТРИПС имеет в части установления эффективных мер правоприменения. Соглашение предусматривает необходимость обеспечения эффективной охраны прав интеллектуальной собственности, при этом меры защиты не должны становиться барьерами для законной торговли [1].

Мадридская система международной регистрации товарных знаков, основанная на Мадридском соглашении 1891 года и Протоколе к нему 1989 года, обеспечивает упрощенную процедуру международной регистрации товарных знаков. Система позволяет заявителям получить охрану товарного знака в нескольких странах путем подачи одной международной заявки.

Преимущества Мадридской системы включают:

- экономию времени и средств на регистрацию;
- централизованное управление портфелем товарных знаков;
- унифицированные процедуры продления и изменения регистраций.

Республика Узбекистан является участником основных международных соглашений в сфере интеллектуальной собственности, что обеспечивает соответствие национального законодательства международным стандартам и создает правовую основу для эффективной защиты товарных знаков как на национальном, так и на международном уровне.

Интеграция международных принципов в национальное законодательство Узбекистана способствует созданию благоприятной среды для развития инновационной экономики и обеспечения надежной защиты прав потребителей от контрафактной продукции. Это особенно важно в контексте развития внешнеэкономических связей и участия страны в международных торговых отношениях [2].

Правовое регулирование в Республике Узбекистан

Система правовой защиты товарных знаков в Республике Узбекистан представляет собой комплексную структуру нормативных актов, обеспечивающих охрану прав интеллектуальной собственности и защиту интересов потребителей от контрафактной продукции.

Основу правового регулирования, как уже было упомянуто ранее, составляет Закон Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 30 августа 2001 года № 267-II с последними изменениями от 16 января 2024 года. Данный нормативный акт определяет правовые основы охраны товарных знаков, устанавливает процедуры их регистрации и использования, а также предусматривает меры ответственности за нарушения в данной сфере.

26 статья данного Закона закрепляет принцип исключительного права на товарный знак, согласно которому только правообладатель имеет право использовать

товарный знак и распоряжаться им. Нарушение этого принципа влечет различные виды юридической ответственности и создает основание для защиты прав потребителей.

Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» от 26 апреля 1996 года № 221-I устанавливает правовые основы защиты жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды от опасного воздействия товаров, работ и услуг. Этот закон имеет особое значение в контексте борьбы с контрафактной продукцией, поскольку устанавливает право потребителей на получение качественных и безопасных товаров.

Ключевые положения Закона о защите прав потребителей включают:

- право потребителей на получение достоверной информации о товарах (ст.6 вышеупомянутого закона);
- обязанность изготовителей и продавцов обеспечивать качество и безопасность товаров (ст.12 вышеупомянутого закона);
- механизмы возмещения ущерба, причиненного некачественными товарами (ст.18 вышеупомянутого закона);
- особенности защиты прав потребителей при дистанционной торговле (ст.28¹ вышеупомянутого закона)

Система защиты потребителей от контрафактной продукции в Узбекистане включает различные виды юридической ответственности, каждый из которых имеет свои особенности и сферу применения.

Гражданско-правовая защита является основным механизмом восстановления нарушенных прав потребителей. В соответствии со ст. 11 Гражданского Кодекса Республики Узбекистан и ст. 20, 22, 27 Закона «О защите прав потребителей», потребители имеют право требовать:

- возмещения материального ущерба, причиненного приобретением контрафактной продукции;
- компенсации морального вреда;
- взыскания штрафных санкций с продавцов контрафактных товаров.

Особенностью гражданско-правовой защиты является возможность применения принципа полного возмещения ущерба, что обеспечивает восстановление имущественного положения потребителя.

Административная ответственность за реализацию контрафактной продукции, нарушающие, как и исключительные права правообладателя, так и права потребителей, предусмотрены в ч.6 ст. 178 Кодекса об административной ответственности Республики Узбекистан. Однако, как отмечают эксперты, в действующем законодательстве отсутствуют прямые меры административной и уголовной ответственности за оборот контрафактной продукции, а размеры штрафов являются недостаточными для эффективного предотвращения правонарушений [3].

Уголовная ответственность за реализацию товаров, не отвечающих требованиям безопасности жизни или здоровья потребителей, предусмотрена в ст. 186 Уголовного кодекса Республики Узбекистан. Термином «контрафакт» обозначают любой товар, изготовленный с нарушением прав интеллектуальной собственности какого-либо лица, что создает основание для применения уголовно-правовых мер воздействия в наиболее серьезных случаях нарушений.

Уголовная ответственность применяется при наличии следующих условий:

- крупного размера ущерба от незаконного использования товарного знака;
- систематического характера правонарушений;
- использования организованных форм преступной деятельности.

Роль таможенных органов в пресечении ввоза контрафакта имеет особое значение для защиты внутреннего рынка от поддельных товаров. Государственный таможенный комитет Республики Узбекистан осуществляет контроль за перемещением товаров через таможенную границу и имеет полномочия по задержанию подозрительных товаров.

Таможенные меры защиты, предусмотренные в 56 главе Таможенного Кодекса Республики Узбекистан, включают:

- ведение реестра объектов интеллектуальной собственности;
- приостановление выпуска товаров, содержащих признаки нарушения прав на объекты интеллектуальной собственности;
- взаимодействие с правообладателями товарных знаков и уполномоченным государственным органом в области защиты прав на объекты интеллектуальной собственности.

Правоприменительная практика и проблемы

Судебная практика Республики Узбекистан по делам о нарушении товарных знаков демонстрирует постепенное развитие правоприменения в данной сфере, однако выявляет ряд проблемных аспектов, требующих дальнейшего совершенствования.

Анализ судебных решений показывает, что владелец товарного знака имеет исключительное право пользования и распоряжения товарным знаком, что подтверждается практикой узбекских судов. В частности, в деле № 10-1416/15180-сон от 07.04.2015 года суд подтвердил исключительные права правообладателя товарного знака «HAPER/XAPER/XAPER» и признал незаконным его использование третьими лицами [4].

Особенности рассмотрения дел о нарушении товарных знаков в судах Узбекистана включают:

- 1. Установление факта нарушения исключительного права** - суды требуют представления доказательств регистрации товарного знака и его незаконного использования ответчиками [5].
- 2. Оценка степени сходства обозначений** - судебная практика показывает, что суды применяют критерий "сходства до степени смешения", позволяющий потребителям ошибочно принять один товар за другой [5].
- 3. Определение размера ущерба** - суды сталкиваются со сложностями в установлении точного размера материального ущерба от использования контрафактной продукции, что затрудняет полноценное возмещение вреда потребителям [6].

Проблемы доказывания контрафактности продукции являются одной из ключевых сложностей в судебной практике [6]. Основные проблемы включают:

- Недостаточность экспертных возможностей для проведения технических экспертиз товаров;
- Сложности в установлении происхождения товаров и цепочки их поставки;

- Отсутствие единых стандартов и методик определения контрафактности;
- Ограниченные возможности суда по сбору доказательств в отношении интернет-торговли.

Практика возмещения ущерба потребителям показывает, что суды, как правило, удовлетворяют требования о возмещении прямого материального ущерба, однако возмещение морального вреда применяется значительно реже. Это связано со сложностями в доказывании факта причинения морального вреда и определении его размера [6].

Анализ современного состояния системы защиты потребителей от контрафактной продукции в Республике Узбекистан выявляет несколько ключевых проблем, препятствующих эффективной борьбе с данным явлением.

Недостаточная осведомленность потребителей о своих правах является фундаментальной проблемой, влияющей на эффективность всей системы защиты. Многие потребители не знают о способах идентификации контрафактной продукции, не осведомлены о своих правах в случае приобретения некачественных товаров и не владеют информацией о доступных механизмах защиты [6].

Основные аспекты данной проблемы включают:

- низкий уровень правовой грамотности населения в сфере интеллектуальной собственности;
- отсутствие системной работы по информированию потребителей о рисках приобретения контрафактной продукции;
- недостаточное освещение в средствах массовой информации вопросов защиты прав потребителей.

Сложности в выявлении и пресечении оборота контрафакта обусловлены несколькими факторами [6]:

1. **Технические сложности идентификации** - современные технологии изготовления подделок позволяют создавать товары, внешне практически неотличимые от оригинальных.
2. **Развитие интернет-торговли** создает новые каналы распространения контрафактной продукции, которые сложнее контролировать традиционными методами.
3. **Трансграничный характер правонарушений** - контрафактная продукция часто производится в одной стране, а реализуется в другой, что усложняет правоохранительную деятельность.
4. **Недостаточность технических средств контроля** у правоохранительных и контролирующих органов.

Необходимость усиления межведомственного взаимодействия является критически важной для повышения эффективности борьбы с контрафактом [6]. В настоящее время наблюдается недостаточная координация между различными органами, включая: правоохранительные органы, таможенные службы, органы стандартизации и сертификации, органы защиты прав потребителей и судебную систему.

Отсутствие единой стратегии и координационного механизма приводит к дублированию функций, неэффективному использованию ресурсов и снижению результативности борьбы с контрафактной продукцией.

Дополнительными проблемами являются:

- недостаточность финансовых и человеческих ресурсов для проведения эффективных проверок;
- низкие размеры административных штрафов, не создающие соответствующего сдерживающего эффекта;
- отсутствие специализированных подразделений по борьбе с контрафактом в правоохранительных органах.

Зарубежный опыт и рекомендации

Изучение международного опыта борьбы с контрафактной продукцией позволяет выявить наиболее эффективные подходы и механизмы, которые могут быть адаптированы к условиям Республики Узбекистан.

Опыт стран Европейского Союза в области защиты товарных знаков характеризуется комплексным подходом и высоким уровнем координации между различными органами. Основными элементами европейской системы являются:

Директива ЕС 2015/2436 о сближении законодательств государств-членов в отношении товарных знаков устанавливает унифицированные стандарты защиты на территории всего Союза. Директива предусматривает усиление мер правоприменения и создание специализированных судов по интеллектуальной собственности.

Регламент ЕС № 608/2013 о таможенном контроле товаров, подозреваемых в нарушении прав интеллектуальной собственности, обеспечивает эффективный контроль на внешних границах ЕС. Система позволяет правообладателям подавать заявки на внесение их товарных знаков в таможенную базу данных, что автоматически активирует контроль за подозрительными товарами.

Европейское ведомство по интеллектуальной собственности (EUIPO) координирует деятельность по борьбе с контрафактом, включая проведение совместных операций правоохранительных органов различных стран. Согласно данным EUIPO, приблизительно 152 миллиона поддельных товаров было задержано в Европейском союзе в 2023 году, при этом их оценочная стоимость превысила 3,4 миллиарда евро [7].

Современные технологические решения в борьбе с подделками получают все более широкое распространение:

1. **Технология блокчейн** используется для создания неизменяемых записей о происхождении товаров. Компания LVMH внедрила платформу AURA, основанную на блокчейне, для отслеживания подлинности своих товаров класса люкс [8].
2. **QR-коды и NFC-метки** позволяют потребителям легко проверить подлинность товара с помощью смартфона [9]. Китайские производители активно внедряют такие системы, что привело к сокращению доли контрафактной продукции на внутреннем рынке.
3. **Системы искусственного интеллекта** используются для автоматического обнаружения контрафактной продукции в интернет-магазинах. Amazon разработала систему "Project Zero", которая автоматически удаляет подозрительные товары с платформы [10].

4. Голографические элементы защиты и другие средства визуальной идентификации обеспечивают дополнительную защиту от подделок, особенно в фармацевтической и алкогольной промышленности.

Роль общественных организаций в защите прав потребителей имеет важное значение в международной практике. В странах ЕС действуют специализированные организации потребителей, которые:

- проводят независимые исследования качества товаров;
- информируют общественность о выявленных случаях контрафакта;
- представляют коллективные интересы потребителей в судах;
- участвуют в разработке законодательства и стандартов качества.

Международная организация потребителей (Consumers International) координирует деятельность национальных организаций и способствует обмену опытом в области защиты прав потребителей от контрафактной продукции.

На основе анализа международного опыта и выявленных проблем в национальной системе защиты, могут быть сформулированы следующие рекомендации по совершенствованию законодательства Республики Узбекистан.

Гармонизация национального законодательства с международными стандартами является приоритетным направлением развития. Необходимые меры включают:

1. Приведение определений в соответствие с международными стандартами.

Требуется уточнение понятий "контрафактная продукция", "нарушение товарного знака" и "недобросовестная конкуренция" в соответствии с принципами Соглашения ТРИПС и практикой развитых стран.

2. Усиление процедурных гарантий для правообладателей и потребителей, включая сокращение сроков рассмотрения заявлений, упрощение процедур доказывания и снижение финансовых барьеров для обращения в суд.

3. Развитие альтернативных способов разрешения споров, включая медиацию и арбитраж, что позволит снизить нагрузку на судебную систему и ускорить разрешение конфликтов.

Усиление ответственности за производство и реализацию контрафакта должно включать:

1. Введение специальных составов административных правонарушений за оборот контрафактной продукции с установлением соответствующих размеров штрафов. Размеры санкций должны превышать экономическую выгоду от незаконной деятельности.

2. Расширение оснований для уголовной ответственности, включая случаи причинения вреда здоровью потребителей контрафактной продукцией, особенно в сферах медицины, продуктов питания и детских товаров.

3. Введение института конфискации доходов, полученных от незаконного оборота контрафактной продукции, с направлением средств на компенсацию ущерба потребителям.

Развитие альтернативных способов защиты прав потребителей предполагает:

1. **Создание специализированных органов** по защите прав потребителей в сфере интеллектуальной собственности с расширенными полномочиями по проведению проверок и применению административных мер воздействия.
2. **Внедрение института коллективных исков**, позволяющих группам потребителей совместно защищать свои права в случаях массового распространения контрафактной продукции.
3. **Создание специальных фондов компенсации** для возмещения ущерба потребителям в случаях, когда взыскание с правонарушителей невозможно или затруднено.

Создание эффективной системы информирования потребителей должно включать:

1. **Разработку национальной программы** повышения правовой грамотности потребителей в сфере интеллектуальной собственности с использованием современных информационных технологий.
2. **Создание единого информационного портала** для потребителей с базой данных зарегистрированных товарных знаков, рекомендациями по идентификации подделок и алгоритмами действий в случае приобретения контрафактной продукции.
3. **Организацию регулярных информационных кампаний** в средствах массовой информации и социальных сетях, направленных на повышение осведомленности о рисках приобретения контрафактной продукции.
4. **Внедрение образовательных программ** в учебные заведения для формирования культуры потребления качественных товаров и уважения к правам интеллектуальной собственности.

Заключение

Проведенное исследование правовых аспектов защиты потребителей от контрафактной продукции в сфере товарных знаков позволяет сделать ряд важных выводов о состоянии и перспективах развития данной области в Республике Узбекистан.

Основные выводы о состоянии правовой защиты потребителей свидетельствуют о том, что национальная система защиты от контрафакта в целом соответствует международным стандартам, однако требует существенного совершенствования в части правоприменения и координации между различными органами.

Положительными аспектами действующей системы являются:

- соответствие базового законодательства принципам международных соглашений в сфере интеллектуальной собственности;
- наличие различных видов юридической ответственности за нарушения товарных знаков;
- участие Узбекистана в основных международных системах защиты интеллектуальной собственности.

Вместе с тем, выявлены существенные недостатки:

- недостаточная эффективность правоприменительных механизмов;
- низкая осведомленность потребителей о своих правах;
- отсутствие специализированных органов по борьбе с контрафактом;

- недостаточные размеры административных санкций.

Практические рекомендации по совершенствованию системы защиты включают комплекс мер законодательного, организационного и просветительского характера:

1. **В законодательной сфере** необходимо внесение изменений в административное и уголовное законодательство для усиления ответственности за оборот контрафактной продукции, а также развитие специального законодательства о коллективной защите прав потребителей.
2. **В организационной сфере** требуется создание специализированных подразделений по борьбе с контрафактом в правоохранительных органах, развитие межведомственного взаимодействия и внедрение современных технологических решений для выявления и пресечения правонарушений.
3. **В сфере информирования и образования** необходима разработка национальной программы повышения правовой грамотности потребителей, создание информационных ресурсов и проведение регулярных просветительских кампаний.

Перспективы развития законодательства в данной сфере связаны с дальнейшей интеграцией Узбекистана в международную систему защиты интеллектуальной собственности, развитием цифровых технологий контроля за оборотом товаров и созданием эффективных механизмов международного сотрудничества в борьбе с трансграничным оборотом контрафактной продукции.

Особое внимание должно быть уделено развитию превентивных мер, направленных на предотвращение производства и распространения контрафактной продукции, а не только на борьбу с уже совершенными правонарушениями. Это включает создание экономических стимулов для добросовестного поведения участников рынка, развитие систем сертификации и стандартизации, а также повышение правовой культуры общества в целом.

Реализация предложенных мер позволит существенно повысить эффективность защиты прав потребителей от контрафактной продукции, что будет способствовать развитию добросовестной конкуренции, стимулированию инновационной деятельности и повышению доверия потребителей к товарным знакам на внутреннем рынке Узбекистана.

References:

Используемая литература:

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности <https://tradepol.hse.ru/programme4.6.15>
2. Мансурова Н.Н. Анализ проблем в системе защиты товарного знака в Республике Узбекистан: вызовы, перспективы и международный опыт
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problem-v-sisteme-zaschity-tovarnogo-znaka-v-respublike-uzbekistan-vyzovy-perspektivy-i-mezhdunarodnyy-opyt>
4. Узбекистан. Ввозить, нельзя остановить: уголовная ответственность <https://stanradar.com/news/full/43811-uzbekistan-vvozit-nelzja-ostanovit-ugolovnaja-otvetstvennost.html>

5. Постановление Судебной коллегии Высшего хозяйственного суда Республики Узбекистан, от 07.04.2015 г. № 10-1416/15180: Владелец товарного знака имеет исключительное право пользования и распоряжения товарным знаком. <https://lex.uz/docs/2840752>
6. А. Шарипов, партнер ТОО «Юридическая фирма «GRATA»; Ж. Рыскиев, старший юрист ТОО «Юридическая фирма «GRATA». Товарные знаки: защита своего бренда в Узбекистане. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35243920&pos=5;-106#pos=5;-106
7. «Объем контрафактной продукции в Узбекистане не сокращается»: эксперты о нарушениях прав интеллектуальной собственности. <https://www.spot.uz/ru/2025/02/25/counterfeit/>
8. EU enforcement of intellectual property rights: results at the EU border and in the EU internal market 2023 (November 2024) <https://www.euipo.europa.eu/mt/publications/eu-enforcement-of-intellectual-property-rights-2024>
9. Как Louis Vuitton, Prada и Cartier используют блокчейн для защиты от подделок. https://maff.io/media/aura_blockchain/
10. Инновационные технологии в печати этикеток – наклейки с NFC, QR-кодами и AR-технологиями <https://xn---7sbocomb5ac6abd1d1dq.xn--p1ai/blog/innovacionnyie-tehnologii-v-pechati-etiketok>
11. Amazon Project Zero — борьба с контрафактной продукцией <https://www.amzadvisers.com/ru/amazon-project-zero/>