

(работ, услуг). Это, конечно же, сопряжено с определенными рисками для потребителей, когда они, не обладая должным уровнем навыков планирования бюджета, воспринимая навязчивую рекламу, принимают спонтанные решения по приобретению товаров (работ, услуг). Но основной целью любой предпринимательской (хозяйственной) деятельности является получение прибыли за счет снижения затрат, цены и тому подобного, поэтому повышение качества товаров (работ, услуг) либо добровольное соблюдение повышенных экологических правил невыгодно для бизнеса, так как увеличивает стоимость товара (работы, услуги). Соответственно, в экономических реалиях положение потребителя двойственно. С одной стороны, за него борются хозяйствующие субъекты, без него не может существовать воспроизводственный цикл, но, с другой стороны, это очень уязвимый субъект, который может быть потребителем только при наличии ресурсов, поэтому полностью зависит от конъюнктуры рынка и своей платежеспособности. Более того, именно физическое лицо требует дополнительные средства защиты своих нарушенных прав как более слабая сторона на рынке товаров и услуг, так как не обладает достаточным потенциалом финансовых и организационных ресурсов.

Формально-юридический анализ действующего законодательства (Законы Республики Беларусь «О рекламе», «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции») показывает, что потребитель в нем определяется как экономическая категория в понимании производительного и личного потребления, т.е. юридических и физических лиц.

Вместе с тем именно потребитель как физическое лицо с точки зрения объективности рыночных отношений является слабой стороной, требующей дополнительных средств правовой защиты. Индивидуальный предприниматель либо юридическое лицо не могут обладать статусом потребителя, так как они обладают потенциалом субъектов хозяйствования (материальными, финансовыми, человеческими и иными ресурсами).

Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» определяет потребителя в ст. 1 как исключительно физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее товар (работу, услугу) или использующее товар (результат работы, услугу) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Таким образом, потребитель — это первоначально экономическая категория, появившаяся как конечный этап воспроизводственного цикла товаров и включающая как юридических, так и физических лиц, которые приобретают товары (работы, услуги) как для собственных нужд, так и с целью получения прибыли от их использования. Как правовая категория, попадающая под действие законодательства о защите прав потребителей, потребитель — это исключительно физическое лицо, которое вступает в правоотношения с контрагентами (продавцами, изготовителями, исполнителями) для удовлетворения собственных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

*E. S. Zanko, postgraduate student
zanko_evgeniy@mail.ru
BSEU (Minsk)*

ON THE PRINCIPLES OF EXHAUSTION OF THE EXCLUSIVE RIGHT TO A TRADEMARK

International agreements in the field of intellectual property do not prescribe states to use any particular principle of exhaustion of exclusive rights. At the same time, international practice shows that states' choice of one or another principle of exhaustion of exclusive rights has a significant impact on the economic and social sphere of the relevant states. The doctrine

of exhaustion of exclusive rights includes three basic principles of exhaustion: national, regional and international. For the purpose of this study, let us consider each of the principles through the prism of a trademark.

The national principle of exhaustion of the exclusive right to a trademark implies that from the moment the owner of the exclusive right to a trademark or an authorized person introduces the trademarked goods into civil turnover in the territory of the state which applies this principle of exhaustion, the exclusive right of the trademark owner to the trademark is recognized as exhausted in relation to those goods in the relevant state. As a rule, the principle in question is applied by the countries that are focused at increasing the investment attractiveness, support and protection of domestic producers, reduction of the number of counterfeit products on the market. This principle is applied in the Federal Republic of Brazil.

In case of extension of the national principle of exhaustion of exclusive right to a trademark to the territory of an international organization (union), consisting of two or more sovereign states, such principle of exhaustion, within the frameworks of the international organization (union) shall be determined as regional. This principle is used by member states of international organizations (unions) to ensure deep economic integration, to increase competitiveness of national economies of member states of an international organization (union) and to provide additional investment attractiveness of the market of the international organization (union). The principle is applied in the territory of the Eurasian Economic Union, the European Union.

The international principle of exhaustion of the exclusive right to a trademark means that from the moment when the owner of the exclusive right to a trademark or an authorized person introduces the goods marked with the trademark into civil turnover on the territory of any state, the exclusive right of the owner to the trademark is recognized as exhausted in relation to these goods. The international principle of exhaustion of exclusive rights is legislated by the countries that are focused on the export of goods and services, their diversity within the country, as well as reducing their cost; countries generally do not prevent parallel imports. The principle under consideration is applied in many states of the world, in particular, the Republic of Singapore, the Republic of Korea.

Application of the principle of exhaustion of the exclusive right to a trademark has peculiarities in the Russian Federation. So, the Constitutional Court of the Russian Federation in the Decision of 13 February 2018 № 8-P determined the effect on the territory of the Russian Federation at once two principles in interrelation: national and regional — which is atypical for the doctrine of exclusive rights exhaustion. We consider it appropriate to call this symbiosis of principles a mixed principle of exhaustion of the exclusive right to a trademark.

It is worth noting that each of the basic principles of exhaustion of the exclusive right to a trademark has both positive and negative sides, so the choice of one or another principle of exhaustion should be preceded by a comprehensive reflection of the legislator of this or that state goals of such a choice, as well as predicting the consequences for society and the state as a whole.

*В. А. Зенькович, канд. юрид. наук, доцент
uladzenk@gmail.com
БГЭУ (Минск)*

К ВОПРОСУ О МЕРАХ ПО БОРЬБЕ С ОБОРОТОМ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Контрафáкт (англ. counterfeit — «подделка» (fake), нелицензионный (unlicensed)) — новый продукт, созданный на основе существующего оригинала с нарушением интеллектуальных прав; фальсифицированные потребительские товары [1]. Евразийская