

О. А. РАССОМАХІНА

Ольга Андріївна Рассомахіна, кандидат юридичних наук, доцент Київського університету права НАН України

ВІДПОВІДНІСТЬ ПУБЛІЧНОМУ ПОРЯДКУ, ПРИНЦИПАМ ГУМАННОСТІ І МОРАЛІ ЯК УМОВА ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

Особливе місце серед вимог до торговельних марок посідає вимога їх відповідності публічному порядку, принципам гуманності й моралі. Це зумовлено необхідністю виконання державою однієї з основних її функцій – загальносоціальної, що передбачає створення умов для дотримання розумного балансу приватноправових та публічних інтересів у суспільстві, а також правоохоронної – забезпечення та підтримання суспільного порядку у державі. Проте визначення змісту цих понять українське законодавство досі оминає. Пропонуємо дослідити генезис нормативного закріплення даних понять у законодавстві України, їх змістове наповнення та стан законодавчого регулювання щодо окресленого питання в цілому. Адже в умовах розвитку ринкових відносин та глобалізації міжнародного торговельного простору різко зростає конкуренція між суб'єктами господарювання за збут своїх товарів та послуг, а ефективно залучення майнових прав інтелектуальної власності на торговельні марки до господарського й цивільного обороту дає змогу суб'єкту господарювання збільшити вартість своїх активів та їх інвестиційну привабливість на ринку. Саме тому належна реалізація прав інтелектуальної власності на торговельні марки та її належне законодавче забезпечення розглядається сьогодні і світовою спільнотою, і українським суспільством як важливий фактор підвищення конкурентоспроможності продукції, захисту від недобросовісної конкуренції та створює можливості для отримання додаткових прибутків.

У чинному Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» окремо виділяють умови правової охорони позначень у якості торговельних марок та критерії охороноздатності торговельних марок, які разом створюють передумови для надання правової охорони позначенням у відповідному порядку (ст. 5). До умов правової охорони позначень відносять умову відповідності останніх публічному порядку, принципам гуманності та моралі. Інші умови надання правової охорони позначенням відносять до підстав відмови у наданні правової охорони (ст. 6) знакам. Сформульовані у позитивному значенні, вони отримують назву критеріїв охороноздатності торговельних марок. Разом із тим норма ч. 1 ст. 6 даного Закону також становить частину вимог щодо відповідності позначень публічному порядку. У п. 4.3.1.1. Правил складання і подання заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг ототожнюється вимога щодо відповідності позначення нормам моралі і публічного порядку із підставою для відмови у наданні правової охорони знаку. Таким чином, сьогодні у спеціальному законодавстві, практиці й навіть науковій доктрині ми часто зустрічаємо сплутування даних вимог з точки зору приналежності до відповідної групи умов надання правової охорони. Часто висуваються пропозиції або про їх розмежування на рівні законодавства та деталізацію їх змісту, або систематизацію та деталізацію відповідних норм таким чином, щоб була зрозумілою класифікація умов правової охорони позначень торговельних марок в цілому. У ряді інших нормативно-правових актів, Цивільному та Господарському кодексах України, інших спеціальних законодавчих актах, які стосуються процедури набуття прав на торговельні марки господарюючими суб'єктами у нашій державі і пов'язані із застосуванням даних вимог, повний зміст та визначення даних умов правової охорони позначень не надається. Проте судова практика вищих судових інстанцій України з недавнього часу почала висвітлювати критерії, що дають змогу встановити наявність порушення даних умов¹. Тому одним із завдань законопроектної роботи у сфері правової охорони торговельних марок є усунення недоліків у правовому визначенні й закріпленні норм, що визначають такі умови правової охорони позначень, як відповідність публічному порядку, принципам гуманності і моралі, під час набуття прав на торговельні марки в Україні для підвищення ефективності правозастосовної практики у даній сфері.

Дослідженню даних умов правової охорони торговельних марок присвячено чимало наукових праць, зокрема Є. А. Арієвича², Г. Боденхаузена³, Т. С. Демченко⁴, О. Ю. Кашинцевої⁵, І. Ю. Кожарської⁶, О. Д. Левічевої⁷, Т. В. Маєвської⁸, О. М. Мельник⁹, В. В. Пирогової¹⁰, Т. Ю. Погребінської¹¹, Г. П. Рабець¹², Ю. І. Свядосца¹³ тощо. Разом із тим недослідженими залишаються питання законодавчого визначення даних умов правової охорони та регулювання відносин, пов'язаних із їх застосуванням, зокрема, на етапі набуття прав на торговельні марки, а також не до кінця дослідженими залишаються питання тлумачення змісту відповідних законодавчих норм з метою визначення обсягу та умов і порядку застосування даних умов та критеріїв правової охорони торговельних марок під час процедури набуття прав на такі позначення в Україні.

На думку Г. Боденхаузена, знаком, що суперечить публічному порядку, може бути знак, що не відповідає фундаментальним правовим та соціальним концепціям даної країни¹⁴. Під поняттям «публічний порядок» слід розуміти сукупність правових норм, що визначають конституційний лад держави, регулюють вико-

ристання особливо цінних об'єктів національної спадщини, а також відповідні вимоги міжнародних договорів. У науковій літературі вперше спробу дати визначення даним критеріям зробила Т. Ю. Погребінська, зокрема позначення, що порушує публічний порядок, даний фахівець визначає як таке, використання якого у якості товарного знака чи його елемента буде порушувати основи конституційного ладу, а також положення Закону про товарні знаки, що стосуються конституційного ладу¹⁵.

Згідно зі ст. 6 тер (1) (а) Паризької конвенції про охорону промислової власності країни-учасниці домовляються відхиляти чи визнавати недійсною реєстрацію та забороняти шляхом відповідних заходів використання без дозволу компетентних органів як товарних знаків чи як елементів цих знаків гербів, прапорів та інших державних емблем країн Союзу, впроваджених ними офіційних знаків і клейм контролю й гарантії, а також будь-яке наслідування цьому з точки зору геральдики. Причини введення такої заборони, за твердженням ВОІВ, полягають в тому, що реєстрація таких позначень порушувала би право держави контролювати розрізняльні ознаки її суверенітету, а також могла вводити в оману громадськість щодо походження товарів, маркованих такими знаками¹⁶.

Питання про зміст критерію відповідності публічному порядку досліджувалося в літературі неодноразово, проте досі групи позначень, що суперечать публічному порядку, систематизовані в законодавстві не чітко, і тому дане питання є предметом окремого дослідження.

Загалом позначеннями, які не відповідають публічному порядку, є такі, що порушують конституційні права і свободи людини і громадянина, містять офіційні знаки певної держави без дозволу компетентного органу або іншим способом порушують основи конституційного ладу держави.

Зокрема, Найробським договором про охорону Олімпійського символу від 26 вересня 1981 р. забороняється використання Олімпійського символу в якості товарного знака. Україна приєдналася до даного Договору, проте його досі не ратифіковано Верховною Радою України, тому даний Договір може бути відхилений в суді.

Женевська конвенція «Про покращення долі поранених та хворих у діючих арміях» від 12 серпня 1949 р. заборонила використовувати в якості товарних знаків зображення Червоного Хреста та Червоного Півмісяця, Червоного Лева, Червоного Сонця. Відповідно, в Україні було прийнято Закон «Про символіку Червоного Хреста і Червоного Півмісяця в Україні» від 8 липня 1999 року.

Щодо визначення поняття принципу гуманності та моралі слід зазначити, що на думку Т. Ю. Погребінської, формулювання «принципи гуманності і моралі» є термінологічно перевантаженим, оскільки такі категорії етики, як принцип гуманізму, поняття справедливості є базовими для принципів гуманності, а загальнолюдські цінності завжди знаходять своє вираження в нормах моралі¹⁷. Стаття *quinquies* 6 (В) п. 3 Паризької конвенції говорить саме про знаки, які суперечать моралі. Саме тому позначення, що не відповідають моралі, Т. Ю. Погребінська пропонує визначити як такі, що не відповідають основоположним загальноприйнятим нормам моралі, зокрема принципам гуманізму, патріотизму, моральності, громадянського обов'язку¹⁸. До таких позначень зазвичай відносять ті, що принижують особистість, пропагують невігластво, шкідливі звички; є порнографією; пропагують культ насильства та жорстокості; містять нецензурні слова та вирази, загалом спрямовані на порушення етичних норм та правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей.

Слушним є визначення даного критерію, сформульоване Т. Ю. Погребінською: позначеннями, які суперечать публічному порядку та моралі, є такі позначення, які самі по собі, та їх використання у якості торговельної марки, суперечать правовим основам конституційного ладу держави і можуть викликати обурення громадськості через порушення правил, що склалися у суспільстві на основі загальноприйнятих норм моралі, традиційних духовних та культурних цінностей¹⁹. На нашу думку, зважаючи на дане дослідження, саме таке визначення слід закріпити у законодавстві України. Хоча, як бачимо, автор не розмежовує зміст даних умов правової охорони, йдеться про їх взаємозв'язок.

Слід зауважити, що стаття *quinquies* 6 (В) п. 3 Паризької конвенції про охорону промислової власності вказує, що знаки не можуть отримати правову охорону, якщо «суперечать моралі чи громадському порядку та, особливо, якщо вони можуть ввести в оману громадськість». Як вказує Г. Боденхаузен, знаки, що здатні ввести в оману громадськість, включені до даної статті Конвенції «у якості особливої категорії знаків, що суперечать моралі та публічному порядку»²⁰. Разом з тим у чинній редакції Закону України (п. 2 ст. 6) дана ознака включена до вимог про розрізняльну здатність, причому йдеться як про *оманливе позначення*, та позначення, яке здатне ввести в оману. Т. С. Демченко пропонує віднести дану категорію позначень до таких, що суперечать суспільним інтересам²¹. В одному з проектів Законів «Про охорону прав на торговельні марки, географічні зазначення та комерційні найменування» Міністерства освіти і науки України та Державного департаменту інтелектуальної власності 2007 р.²² (ст. 8, п. 1, підпункт 12, п. 2) позначення, що своєю суттю вводять громадськість в оману, зокрема, щодо сутності, якості або географічного походження товарів чи послуг, належить до групи позначень, які суперечать публічному порядку та моралі, проте нічого не вказано про позначення, які можуть ввести в оману. В одному із проектів Правил складання та подання заявки на знак для товарів і послуг²³, який розширює зміст даного критерію порівняно із чинною редакцією Правил (п. 4.3.1.9.), міститься таке визначення *оманливості* (п. 3.2.7.): позначення вважається оманливим або таким, що може ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу, якщо воно, зокрема, породжує у свідомості споживача невідповідну дійсності уяву про якість, виробника, місце походження товару або послуги. Позначення визнається оманливим або таким, що може ввести в оману, якщо: 1) оманливим або таким, що може ввести в оману є хоча б один з його елементів; 2) воно безпосередньо вка-

зує на вид товару і/або його характеристики і/або відомості про виробника, які не відповідають дійсності; 3) воно опосередковано (через асоціації) вказує на вид товару і/або його характеристики і/або відомості про виробника, які не відповідають дійсності. Не вважається оманливим або таким, що може ввести в оману позначення, яке містить фактично неправдиві відомості про походження товару або про товар чи послугу, проте через нереальність асоціацій не сприймається пересічним споживачем як таке, що вказує на зв'язок між товаром і певним географічним місцем, або сприймається як фантазійне щодо певного товару або послуги. Наприклад, не є такими, що можуть ввести в оману, позначення «Антарктида» для кондиціонерів, які виготовляються в Україні або в Італії, позначення «Сахара» для послуг соляріїв.

Якщо проаналізувати судові рішення у справах про визнання недейсними свідоцтв України на знаки для товарів і послуг, можна виявити певну специфіку – зазвичай *критерій оманливості позначення* поєднується із *критерієм схожості до ступеня змішування зі знаками інших осіб*. Причому у більшості випадків зазначається: якщо позначення можна сплутати, то таким чином це введе споживачів в оману. На нашу думку, обидва критерії належать до вимог про розрізняльну здатність у її широкому розумінні, проте слід розрізняти ці дві підстави відмови у правовій охороні знаків. На необхідність розмежування цих підстав вказується й у Роз'ясненні Федеральної служби РФ з товарних знаків²⁴.

У проекті Закону України 2007 р. у вимогах щодо публічного порядку (ст. 8, п. 1, підпункт 12) вказано, що позначення не може бути оманливим, а у вимогах, що стосується прав третіх осіб (ст. 10, п. 1, підпункти 2, 4) вказано, що позначення не може бути ідентичним чи схожим із зареєстрованою маркою, що використовується для споріднених товарів і послуг, якщо внаслідок цього може ввести в оману щодо виробника таких товарів і послуг. Вважаємо, що схожість позначень до ступеня змішування означає подібність саме позначень торговельних марок, які позначають однорідні чи споріднені товари і послуги, внаслідок чого споживачі їх можуть сплутати, а вже потім як наслідок цього вони таким чином можуть бути введені в оману. Тому даний критерій за класичним підходом відносять до критерію про необхідність відсутності порушень прав інших осіб. Напевно, немає позначень, які би були схожими настільки, що їх можна сплутати, але при цьому споживач не був би введений в оману стосовно виробника товару. У таких ситуаціях оманливість розглядається як наслідок невідповідності позначення цьому критерію.

На противагу, *оманливість позначення* як такого означає, що воно прямо чи опосередковано вказує на певні властивості товару: якість, географічне походження чи виробника товару, чи послуги, які не відповідають дійсності, тому наведені вище підстави слід чітко розмежувати на законодавчому рівні.

Окрім цього, важливу роль у боротьбі з оманливими чи здатними ввести в оману знаками відіграє правове регулювання *використання географічних зазначень*, під якими розуміють надання права чи винесення рішення про заборону на його використання стосовно товарів іншого географічного походження. Таке право визнається лише за тими, хто виробляє та реалізує товар, що дійсно походить із вказаного місця і наділений необхідними якісними чи іншими властивостями, що лежать в основі репутації, яку він має у споживачів²⁵. Зокрема, з метою уникнення проблем із застосуванням слів «шампанське», «коньяк», а також інших можливих географічних зазначень у якості торговельних марок, пропонуємо доповнити вимоги щодо відповідності публічному порядку таким пунктом: згідно з міжнародним договором України не допускається реєстрація в Україні у якості торговельних марок позначень, що являють собою чи містять елементи, які охороняються в одній із держав-учасниць вказаного міжнародного договору у якості позначень, що ідентифікують вина та спиртні напої як такі, що походять з його території і мають особливу якість, репутацію та інші характеристики, які головним чином визначаються його походженням, якщо торговельна марка призначена для позначення вин та спиртних напоїв, що не походять з території даного географічного об'єкта, на зразок норми, закріпленої у п. 5 ст. 6 Закону РФ від 23 вересня 1992 р. № 3520-І «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров».

Також до кінця не визначеним у законодавстві України залишається питання про *використання у якості позначень торговельних марок об'єктів культурної спадщини народу України*, зокрема нічого про це не сказано у Законі України «Про охорону культурної спадщини» від 8 червня 2000 р. № 180-ІІІ. Проект Закону України 2007 р. (ст. 8, п. 1) містить заборону щодо посягань на існуючі та історичні державні символи, проте, на нашу думку, це поняття не включає в себе існуючі в Україні пам'ятки архітектури. Повністю заборонити використання таких об'єктів також не видається доцільним. Тому при реєстрації таких позначень дуже важливо аналізувати перелік товарів і послуг, стосовно яких такі торговельні марки заявляються, в тому числі, щоб виключити їх віднесення до категорії позначень, що не відповідають публічному порядку та моралі.

Так само не визначено, до якої категорії критеріїв охороноздатності слід віднести *вимоги щодо неможливості відтворення прізвища, імені, псевдонімів та похідних від них, портретів і факсиміле відомих в Україні людей без їх згоди*, які згідно з чинною редакцією Закону України (п. 4 ст. 6) належать до таких, що посягають на права третіх осіб і не можуть бути використані без їх згоди. Проект Закону 2007 р. (п. 1 ст. 8) вказує, що суперечать публічному порядку ті позначення, які спрямовані на порушення конституційних прав і свобод людини і громадянина, незаконне заволодіння правами фізичної особи, проте дану норму треба конкретизувати щодо того, які саме права фізичних осіб можуть бути порушені. У цьому ж проекті Закону, у ст. 10, п. 1, підпункті 11 (права третіх осіб) вказано, що не реєструється позначення, яке у разі його використання буде предметом порушення права іншої особи на ім'я, особисте зображення, твір, об'єкт суміжних прав, сорт рослин, породи тварин тощо. Таке формулювання ст. 10, п. 1, підпункту 11 також є не зовсім вдалим, оскільки незрозуміло, як особі реалізувати можливість внесення у позначення своє власне ім'я, якщо

воно не є унікальним. Чинний же Закон обмежує використання прізвищ та імен у позначенні лише «відомими в Україні», хоча і не називає критеріїв такої відомості.

Крім цього, складність являє собою перевірка позначення на можливість змішування із твором іншої особи, адже сьогодні Закон України говорить, зокрема, про назви «відомих творів» в Україні, реєстру яких не існує. Тож важко визначити, який твір слід вважати відомим, а який ні, а також про твори мистецтва та фрагменти з них, які не можуть бути використані без згоди автора або їхнього правонаступника (п. 4 ст. 6), але не всі із них зареєстровані або авторські права на них належним чином можуть бути підтверджені. Натомість, бачимо, що в проєкті Закону 2007 р. сказано про «права іншої особи на твір», проте не вказано, який твір мається на увазі: відомий чи звичайний, швидше за все – усі види творів. Тому вирішення даного питання потребує прийняття спеціального Порядку перевірки позначення на можливість змішування із твором іншої особи на підзаконному рівні або окремої норми у спеціальному законодавстві.

Отже, можемо зробити висновок, що таку умову правової охорони торговельних марок, як відповідність публічному порядку, принципам гуманності та моралі слід конкретизувати у законодавстві. Дані умови та принципи правової охорони слід роз'єднати та відповідно систематизувати їх виклад у нормі ст. 5 Закону.

Зокрема, закріпити визначення принципу моралі як відповідності позначення основним вимогам християнської релігії та сукупності моральних правил поведінки, що існують в українському суспільстві. Християнські цінності дійсно необхідно взяти за джерело справжніх моральних цінностей, а також прийняти вже розроблені норми відповідних законопроектів щодо цього питання. Пропонуємо розглядати принципи моралі як основні (базові) вимоги християнської культури (релігії). Щодо основних критеріїв до розуміння моралі, особисто нам імпує точка зору С. С. Алексєєва про те, що в моралі вирішальне значення мають елементарні вимоги моральності, ядром яких є заповіді Христові²⁶, тобто, що не може бути у кожного своєї моралі, різного, абстрактного тлумачення норм моралі. На нашу думку, основою моралі є вимоги християнської культури (релігії).

Пропонуємо розглядати публічний порядок як правові основи конституційного ладу. Стосовно поняття публічний порядок слід зазначити, що це оціночна категорія права, яка застосовується у законодавстві різної галузевої належності, міжнародному праві і, відповідно, не може бути визначеною однозначно. Зазвичай під поняттям публічний порядок розуміють сукупність правових норм, що визначають конституційний лад держави, регулюють використання особливо цінних об'єктів національної спадщини, а також відповідні вимоги, що закріплені у міжнародних договорах. Хотілося би навести думку О. А. Беляневич, що у найбільш широкому контексті публічний порядок слід оцінювати як певний якісний стан системи соціальних відносин²⁷. У сучасних наукових дисертаційних дослідженнях у сфері правової охорони товарних знаків одну зі спроб визначити даний критерій зробила Т. Ю. Погребіньська. Зокрема, позначення, що порушує публічний порядок, даний фахівець визначає як таке, використання якого у якості товарного знака чи його елемента буде порушувати основи конституційного ладу, а також положення Закону про товарні знаки, що стосуються конституційного ладу. Питання про зміст критерію «відповідність публічному порядку» досліджувалося у літературі неодноразово, проте досі групи позначень, що суперечать публічному порядку, не чітко систематизовані у законодавстві про охорону прав на торговельні марки, а також недостатньо деталізовано зміст відповідних норм, які закріплюють дані критерії. Зокрема, питання щодо такої умови, як добросовісність набуття прав на торговельні марки, у науковій літературі порушувалося тривалий час і отримало оформлення у вигляді правила, згідно з яким недобросовісність державної реєстрації прав на торговельні марки є перешкодою для набуття прав на них, та комплекс обставин, що це підтверджують, у результаті було запропоновано доповнити вимогу Закону про відповідність позначення публічному порядку нормою, що позначення вважається таким, що суперечить публічному порядку, якщо заявка на його реєстрацію було подано недобросовісно.

Пропонуємо розглядати принцип гуманності як вимогу людяності, поваги до людини, визнання цінності людської особистості. Тобто, змістове наповнення принципу гуманності корелюється у змістовому аспекті із вимогою ч. 1 ст. 3 Основного Закону держави Україна, який проголосив людину найвищою соціальною цінністю.

Порушення даних умов правової охорони позначень торговельних марок на етапі набуття прав на них тягне за собою серйозні юридичні наслідки. Невідповідність позначення торговельної марки вимогам правової охорони, визначених Законом, має наслідком визнання відповідного свідоцтва на знак для товарів і послуг недійсним (п. а) ч. 1 ст. 19 Закону).

¹ Про деякі питання практики призначення судових експертиз у справах зі спорів, пов'язаних із захистом права інтелектуальної власності : Постанова Пленуму Вищого господарського суду України від 23 березня 2012 р. № 5 (п. 3.2.) : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/v0005600-12/print/1465296908583796>

² Ариєвич Е. А. Правовые вопросы экспертизы товарных знаков в СССР : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Гражданское право; семейное право; гражданский процесс; международное частное право» / Е. А. Ариєвич. – М., 1984. – 23 с.

³ Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности : комментарий / Г. Боденхаузен ; под ред. М. М. Богуславского ; пер. Н. Л. Туманова. – М. : Прогресс, 1977. – 310 с.

⁴ Демченко Т. С. Охрана товарных знаков (сравнительно-правовой анализ) : моногр. / Татьяна Сергеевна Демченко. – К. : Ин-т гос-ва и права им. В. М. Корецкого НАН Украины, 2005. – 208 с.

⁵ Кашинцева О. Ю. Правовая охрана знаков для товаров и услуг в Украине : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.04 / Кашинцева Оксана Юріївна. – К., 2000. – 198 с.

⁶ Кожарська І. Ю. Деякі питання охорони торговельних марок в ЄС та законодавство України у цій сфері / І. Ю. Кожарська // Промислова власність в Україні : проблеми правової охорони : зб. наук. статей / за ред. Ю. С. Шемшученка, Ю. Л. Бошицького. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2004. – С. 247–273.

⁷ Левічева О. Д. Експертиза об'єктів промислової власності: заявки на знак для товарів і послуг (торговельну марку) і кваліфікованого зазначення походження товару та/або права використання зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару / О. Д. Левічева. – К. : Ін-т інтел. власн. і права, 2006. – 128 с.

⁸ Маевская Т. В. Товарный знак (знак обслуживания) как объект промышленной собственности : автореф. дисс. ... степени канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 «Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право» / Т. В. Маевская. – Минск, 2003. – 22 с.

⁹ Мельник О. М. Правова охорона знаків для товарів і послуг в Україні (цивільно-правовий аспект) : моногр. / О. М. Мельник. – Ірпінь : Акад. ДПС України, 2001. – 136 с.

¹⁰ Пирогова В. В. Исчерпание прав на товарные знаки : дисс. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 / Пирогова Вера Владимировна. – М. : Роспатент, 2002. – 145 с.

¹¹ Погребинская Т. Ю. Соответствие общественным интересам, принципам гуманности и морали как условие охраноспособности товарного знака в Российской Федерации : дисс. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 / Погребинская Татьяна Юрьевна. – М., 2003. – 203 с.

¹² Рабец А. П. Гражданско-правовые вопросы охраны товарных знаков в Российской Федерации : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 / Рабец Анна Петровна. – Владивосток, 2002. – 258 с.

¹³ Свядосц Ю. И. Правовая охрана товарных знаков в капиталистических странах / Свядосц Ю. И. – М. : ЦНИПИ, 1969. – 192 с.

¹⁴ Боденхаузен Г. Вказана праця. – С. 48.

¹⁵ Погребінська Т. Ю. Вказана праця. – С. 48.

¹⁶ Introduction to intellectual property // WIPO Publication. – 1998. – № 476 (E). – VII, 652 p. – P. 388.

¹⁷ Погребінська Т. Ю. Вказана праця. – С. 93.

¹⁸ Там само. – С. 97.

¹⁹ Там само. – С. 94.

²⁰ Боденхаузен Г. Вказана праця. – С. 135.

²¹ Демченко Т. С. Вказана праця. – С. 103.

²² Проект Закону «Про охорону прав на торговельні марки, географічні зазначення та комерційні найменування» Міністерства освіти і науки України та Державного департаменту інтелектуальної власності : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.sdip.gov.ua, 2007 р.

²³ Проект Правил складання та подання заявки на знак для товарів і послуг Державного департаменту інтелектуальної власності : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sips.gov.ua/i_upload/file/Pravila_pod_tm.doc, 2012 р.

²⁴ Разъяснение «О неправомерности ссылок на пункт 1 статьи 7 Закона Российской Федерации от 23 сентября 1992 года № 166-ФЗ, при применении оснований для отказа в регистрации товарного знака, установленных абзацем вторым пункта 3 статьи 6 названного закона». Приказ Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам от 6 июля 2004 года № 12 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.copyright.ru/ru/library_old/inside/81/?doc_id=296

²⁵ Свядосц Ю. И. Вказана праця. – С. 49.

²⁶ Алексеев С. С. Философия права / С. С. Алексеев. – М. : Изд-во НОРМА, 1999. – 336 с. – С. 54.

²⁷ Беляневич О. А. Господарське договірне право України (теоретичні аспекти) : моногр. / О. А. Беляневич. – К. : Юрінком Інтер, 2006. – 592 с. – С. 362.

Резюме

Рассомахина О. А. Відповідність публічному порядку, принципам гуманності і моралі як умова правової охорони торговельних марок.

У статті досліджено генезис нормативного закріплення даних умов правової охорони позначень торговельних марок у законодавстві України, їх змістове наповнення та стан законодавчого регулювання з даного питання в цілому. За результатом дослідження визначено напрями законопроектної роботи та удосконалення законодавства для усунення недоліків у правовому визначенні й закріпленні норм, що визначають такі умови правової охорони позначень, як відповідність публічному порядку, принципам гуманності і моралі, під час набуття прав на торговельні марки в Україні для підвищення ефективності правозастосовної практики у даній сфері.

Ключові слова: торговельна марка, набуття прав інтелектуальної власності на торговельну марку, державна реєстрація прав на торговельну марку, відповідність публічному порядку, відповідність позначення принципу гуманності, відповідність позначення принципам моралі.

Резюме

Рассомахина О. А. Соответствие публичному порядку, принципам гуманности и морали как условие правовой охраны товарных знаков.

В статье исследованы генезис нормативного закрепления данных условий правовой охраны обозначений товарных знаков в законодательстве Украины, их содержательное наполнение и состояние законодательного регулирования по данному вопросу в целом. По результатам исследования определены направления законопроектной работы и совершенствования законодательства для устранения недостатков в правовом определении и закреплении норм, определяющих такие условия правовой охраны обозначений, как соответствие публичному порядку, принципам гуманности и морали, во время приобретения прав на товарные знаки в Украине для повышения эффективности правоприменительной практики в данной сфере.

Ключевые слова: товарный знак, приобретение прав интеллектуальной собственности на товарные знаки, государственная регистрация прав на товарные знаки, соответствие публичному порядку, соответствие обозначения принципу гуманности, соответствие обозначения принципам морали.

Summary

Rassomakhina O. Compliance with the public order, principles of humanity and morality as a condition of legal protection of trademarks.

The article examines the genesis of normative regulation of these terms of legal protection of trademarks, their legal definition in the legislation of Ukraine, their substantive content and the state of legal regulation in this sphere in general for today. The study identified areas of legislative work for the improvement of legislation in order to avoid lacks in the legal definition of these conditions in this sphere and in order to consolidate rules, defining such conditions of legal protection of signs, as their correspondence to public order, principles of humanity and morality, in the process of acquisition of trademark rights in Ukraine to improve efficiency of law enforcement practice in this sphere.

Key words: trademark, the acquisition of intellectual property rights to the trademarks, the state registration of rights to trademarks, compliance with the public order, compliance with the principle of humanity, compliance with principles of morals.

УДК 347.77

В. П. МОРОЗ

Віктор Павлович Мороз, здобувач Київського університету права НАН України, керуючий партнер Адвокатського об'єднання «Супрема Лекс»

**НАЗВА ДЕРЖАВИ (РЕГІОНУ) ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

Розвиток державності відбувався під впливом економічних та військових факторів шляхом поступової зміни відповідних суспільно-економічних формацій. Як зазначає в своїй монографії А. В. Сірко¹, під суспільно-економічною формацією розуміється суспільство на певному ступені історичного розвитку, яке характеризується відповідним йому економічним ладом, певним способом виробництва, єдністю продуктивних сил і виробничих відносин. Такому суспільству відповідають усі надбудовні явища: держава, право, релігія, наука, культура, мораль тощо.

Кожній суспільно-економічній формації відповідає також особливий тип держави і права. Історичний тип держави визначається як система суттєвих ознак держави і права суспільно-економічної формації, які виражають спільність їхньої економічної основи, соціального устрою, класового призначення.

На сьогодні відомі такі історичні типи держави і права: рабовласницький, феодалний, буржуазний і сучасний, або постіндустріальний. Виділяють наступні чотири основні періоди:

- історію держави і права стародавнього світу;
- історію держави і права середніх віків;
- історію держави і права нового часу;
- історію держави і права новітнього часу (тобто ХХ–ХХІ ст.ст.).

У цілому держава являє собою досить складне соціальне і юридичне явище. Існує багато визначень терміна «держава». Так, у Древньому Китаї даосисти визначили, що держава – це частка єдиного природного процесу розгортання закону². Аристотель підкреслював, що держава – це тип суспільства, що є союзом несхожих особистостей, які об'єднуються задля спільного блага, задовольняючи власні потреби через обмін товарів і послуг³. На думку В. І. Леніна, держава є машиною (знаряддям) для підтримання панування одного класу над іншим.

На сьогодні в правовій науці існують різні тлумачення терміна «держава»:

- це політична організація суспільства, що має владні повноваження з управління територіально організованим населенням з метою здійснення загальносоціальних справ;
- це суб'єкт міжнародного публічного права;
- це сукупність офіційних органів влади (державного апарату), що діють у масштабах усієї країни;
- це особлива політико-територіальна організація суспільства, що володіє суверенітетом, спеціальним апаратом управління і примусу та здатна надавати своїм велінням загальнообов'язкової сили для всього населення країни, яка створюється для керівництва суспільством і виконання загальносуспільних справ та інші⁴.

У свою чергу, регіон – велика індивідуальна територіальна одиниця (наприклад, природна, економічна, політична тощо), дещо відмінна від існуючого політичного або адміністративного поділу. Також під регіоном іноді розуміють певну територію, що відрізняється від інших територій за низкою ознак і що володіє деякою цілісністю, взаємозв'язаністю складових її елементів⁵.

З розвитком держави дедалі більше поглиблювався суспільний поділ праці, що привело до появи товарообміну. За таких умов особливої цінності набувають якісні властивості товару.

Безумовно, в різних державах та регіонах вироблялися товари з різними властивостями, а також існували різні предмети, характерні для конкретних держав. Так, з часів стародавнього світу відомі єгипетські піраміди та грецькі храми.