

тизу саме на рівні Кабінету Міністрів України, що також сприятиме реалізації екологічної політики держави у світлі концепції сталого розвитку, до якого прагне Україна. У розділі Положення стосовно процедури здійснення громадської екологічної експертизи пропонуємо передбачити особливості її організації та проведення під час процедури ОВНС в частині спрощення на розсуд громадськості (суб'єктів еколого-експертних правовідносин) цієї процедури та вирішення на свій розсуд питання про опублікування Заяви про проведення громадської екологічної експертизи.

1. *Андрейцев В.І.* Співвідношення екологічної експертизи і процедури оцінки впливу на навколишнє середовище // Екологічна експертиза: право і практика / В.І. Андрейцев, М.А. Пустовойт, С.В. Калиновський та ін.; За ред. В.І. Андрейцева, М.А. Пустовойта. – К., 1992. 2. *Андрейцев В.І.* Теоретические проблемы правового обеспечения эффективности экологической экспертизы: Автореф. дисс. ... д-ра юрид. наук. – К., 1991. 3. *Бринчук М.М.* Экологическое право: Учебник. – 2 изд., перераб. и доп. – М., 2003. 4. Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 41. – Ст. 456. 5. Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 4. – Ст. 19. 6. Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 27. – Ст. 218. 7. Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 8. – Ст. 54. 8. Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 9. – Ст. 56. 9. Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 12. – Ст. 81. 10. Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 18. – Ст. 153. 11. Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 34. – Ст. 296. 12. Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 15. – Ст. 73. 13. Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 4. – Ст. 31. 14. Законы об охране окружающей среды / Редакция: Зигрид Борн, производство: Илона Ортен, перевод: Михаил Литвинович. – ФРГ, 2000. 15. Заява про екологічні наслідки діяльності при спорудженні та експлуатації нового безпечного конфайнменту / В.о. директора ДСП "Чорнобильська АЕС В.Фомін // Голос України. – 2004. – 12 лют. 16. Заява про екологічні наслідки діяльності Хмельницької АЕС після введення в експлуатацію енергоблока № 2 // Урядовий кур'єр. – 2001. – 8 лют. 17. Заява про екологічні наслідки створення суднового ходу Дунай – Чорне море на українській ділянці дельти / Замовник: Директор державного підприємства "Дельта-лоцман" В. Бездольний // Голос України. – 2004. – 20 січ. 18. Збірник нормативно-правових актів Європейського Союзу у сфері охорони навколишнього середовища. – Львів, 2004. 19. *Калиновський С.* Оцінка впливу і екологічна експертиза

– сьогодні і завтра // Рідна природа. – 2000. – № 1. 20. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141. 21. *Микієвич М.М., Андрусевич Н.І., Будакова Т.О.* Європейське право навколишнього середовища. Навч. посібник. – Львів, 2004. 22. *Николаас А. Робинсон.* Правовое регулирование природопользования и охраны окружающей среды в США. – М., 1990. 23. *Позняк Е.В.* Внесок вчених наукової школи "Земельне, екологічне право та право екологічної безпеки" в дослідження правових проблем екологічної експертології // Наукові праці школи Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Матеріали Міжнародної наукової конференції (Київ, 12 жовтня 2005 р.). – К., 2006. 24. *Позняк Е.В.* Правові аспекти здійснення громадської екологічної експертизи в Україні. – Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – К., 2005. 25. *Позняк Е.В.* Юридична природа висновку громадської екологічної експертизи в Україні // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. – 2004. – Вип. 59. 26. *Пордю М.* Общественная экологическая экспертиза строительства атомного реактора в г. Сизвелл: на пути к оценке влияния на окружающую среду // Право окружающей среды в СССР и Великобритании. – Под ред. Колбасова О.С. и др. – М., 1988. 27. Поточний архів Міністерства охорони навколишнього природного середовища України за 1992 р. 28. Поточний архів Міністерства охорони навколишнього природного середовища та ядерної безпеки України за 1995 р. 29. Поточний архів Міністерства екології та природних ресурсів України за 2001 р. 30. Програма дій "Порядок денний на XXI століття" / Переклад з англ.: ВГО "Україна. Порядок денний на XXI століття". – К., 2000. 31. 5-а Пан-Європейська Конференція міністрів охорони навколишнього середовища "Довкілля для Європи": Матеріали та документи. – К., 2004. 32. Сборник международных конвенций в области охраны окружающей среды / Ред. С. Кравченко. – Львов, 1999. 33. Системы оценки воздействия на окружающую среду в странах Европы и Центральной Азии / Всемирный банк. Регион Европы и Центральной Азии. Экологически и социально-устойчивое развитие / Рита Клис, Аркадий Капчеля, Андрэ Баранник. – К., 2002. 34. *Хоружая Т.О.* Методы оценки экологической опасности. – М., 1998. 35. Щодо затвердження ДБН А.2.2. – 1 – 2003 "Склад і зміст матеріалів оцінки впливів на навколишнє середовище (ОВНС) при проектуванні і будівництві підприємств, будинків і споруд. Основні положення проектування: наказ Державного комітету України з будівництва та архітектури від 15 грудня 2003 р. № 214 // Поточний архів Державного комітету України з будівництва та архітектури за 2003 р. 36. Экологическая оценка и экологическая экспертиза / О.М. Черп и др. – М., 2001.

Надійшла до редколегії 12.01.07

А. Кодинець, канд. юрид. наук

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ, ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

У статті досліджуються особливості виникнення та становлення правової охорони комерційних найменувань, торговельних марок та географічних зазначень, визначається момент їх історичного зародження та подальшого генезису як явищ економічної та правової дійсності

The article studies peculiarities of the formation and development of legal safeguard of commercial names, trade marks and geographic names, defining the moment of their historical origin and the following genesis as phenomena of economic and legal reality

Сучасне цивільне законодавство регулює відносини, пов'язані з використанням значної кількості об'єктів, що застосовуються учасниками цивільного обороту, для виокремлення себе та результатів своєї діяльності. Для правової охорони окремих з них використовуються норми права інтелектуальної власності та конструкція виключних прав. Так, відповідно до ст. 420 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) до об'єктів інтелектуальної власності належать, зокрема, комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки та географічні зазначення. Наведені позначення виконують ідентифікуючу функцію та дістали у правовій науці узагальнюючу назву "засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг" [10, с.571]. На сьогоднішній день у вітчизняній та зарубіжній цивілістиці лише робляться перші кроки у напрямку наукового осмислення правової природи, місця та системи засобів індивідуалізації. Зазначена проблематика є предметом теоретичного дослідження відомих вчених: В.В.Орлової, О.О.Городова, О.П.Сергєєва, О.А.Підпригори, О.М.Мельник та інших науковців.

Проте як у межах доктрини, так і у сфері нормотворчості спостерігається не збалансоване висвітлене пра-

вового режиму та тлумачення сутності засобів індивідуалізації. Відносини у сфері використання окремих розрізняльних позначень (зокрема, торговельних марок) вже протягом тривалого часу є предметом нормативного впорядкування та наукового дослідження, стосовно інших (комерційних найменувань та географічних зазначень) – лише наразі спостерігається формування правових норм по їх застосуванню. Правовий режим деяких засобів індивідуалізації (наприклад, доменних імен) поки ще не отримав законодавчого закріплення.

Зазначені обставини свідчать про потребу у проведенні ґрунтовних досліджень не лише окремих ідентифікуючих позначень, а всієї системи засобів індивідуалізації, для правової охорони яких законодавець використав механізм права інтелектуальної власності. Проведення таких наукових розробок доцільно здійснити з розгляду основних закономірностей виникнення та розвитку правової охорони засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг, що набуває ще більшої актуальності з огляду на фрагментарне та подекуди суперечливе висвітлення даного питання у вітчизняній та зарубіжній правовій науці.

Враховуючи наведене, можна окреслити мету даної статті та її практичне значення – висвітлення закономірностей становлення правової охорони комерційних найменувань, торговельних марок та географічних зазначень, визначення моменту їх історичного зародження та подальшого генезису як явищ економічної та правової дійсності, що дає можливість виявити їх природу та окреслити тенденції правової охорони засобів індивідуалізації у майбутньому.

Історія виникнення та нормативного оформлення засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту товарів та послуг розглядається в юридичній науці неоднозначно. Дана обставина обумовлюється широким діапазоном поглядів вчених на питання черговості появи різних видів ідентифікуючих позначень та різницею у трактуванні моменту зародження окремих засобів індивідуалізації у межах значних історичних періодів [3, с. 23; 8, с. 45; 9, с. 10].

Складність вирішення даного питання пояснюється, насамперед, різноманітністю засобів індивідуалізації та багатоаспектністю виконуваних ними функцій на різних історичних етапах розвитку суспільства. Інколи праобразу сучасних ідентифікуючих позначень вбачають у знаках, які повністю втратили своє значення чи суттєво його змінили.

Безумовно, засоби індивідуалізації в їх теперішньому розумінні виникли відносно недавно та протягом останніх століть зазнали суттєвої трансформації, зміст якої пов'язується з розвитком та змінами характеру економічних відносин суспільства. Тому дослідження основних закономірностей їх історичного становлення та розвитку не можливе без визначення сучасного значення засобів індивідуалізації у цивільному праві України. Можна відзначити, що термінологія у даній сфері також зазнала певних змін у зв'язку з новітніми кодифікаціями у правовій системі України. Зокрема, поняття "комерційне найменування" та "торговельна марка" вперше використовуються 2003 р. у нормах ЦК та ГК України. Аналогічно й термін "географічне зазначення" до його закріплення у кодифікованих правових актах застосовувався, насамперед, на міжнародному рівні [11]. Їм передували відповідно поняття "товарний знак", "фірмове найменування" чи "фірма" та "кваліфіковане зазначення походження товару". Тому не слід обумовлювати появу сучасних засобів індивідуалізації тільки з закріпленням відповідної термінології у законодавчих актах.

Пріоритетне значення при розгляді історії виникнення засобів індивідуалізації повинно надаватися змісту об'єкта, для правової характеристики якого конструюється відповідне правове поняття. З цією метою необхідно окреслити основне економічне призначення кожного ідентифікуючого позначення, що враховується законодавцем при побудові системи його правової охорони.

Призначенням торговельної марки є вирізнення товарів чи послуг, що виробляються (надаються) однією особою від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими. Набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку засвідчується свідоцтвом, що видається на підставі реєстрації, яка носить добровільний характер (ст. 492, 494 ЦК України). Комерційне найменування застосовується для ідентифікації юридичної особи, яка є підприємницьким товариством (ст. 90 ЦК України). Географічне зазначення відповідно до ст. 501 ЦК України вказує на зв'язок особливих характеристик товару та географічного місця його походження.

Сформульовані та закріплені цивільним законодавством ознаки засобів індивідуалізації (індивідуально-диспозитивний характер торговельної марки, спеціальний суб'єктний склад у сфері комерційного на-

йменування та якісно-індивідуалізуючий зв'язок географічного зазначення) відіграють основоположну роль у визначенні економічної та юридичної природи зазначених засобів індивідуалізації, окресленні моменту їх історичного виникнення.

Необхідно також розмежовувати поняття "засіб індивідуалізації" у юридичному та економічному аспектах. Як правова категорія конкретний засіб ідентифікації виникає у результаті отримання правової охорони на підставі правового акту, як економічна – його поява обумовлюється потребами суспільства в ідентифікації продукції чи її виробника. Переходу засобу індивідуалізації з економічної в юридичну площину передують значне поширення практики його застосування, зловживання та порушення інтересів суб'єктів, наявність обґрунтованої потреби в отриманні правового захисту з боку публічної влади. Перше, звичайно, передують останньому. Тому засіб індивідуалізації як явище економічної сфери лише зі спливом достатньо значного проміжку стає об'єктом правової охорони.

Таким чином, дослідження становлення системи правової охорони засобів індивідуалізації у цивільному праві слід почати з схематичного розгляду основних тенденцій та процесів розвитку соціально-економічних відносин суспільства, які зумовили формування групи нормативних правил про охорону розрізняльних позначень, їх подальшу консолідацію у самостійний правовий інститут та вироблення ефективних механізмів охорони засобів індивідуалізації на міжнародно-правовому рівні. Тому історичний аналіз правового регулювання відносин у сфері використання засобів індивідуалізації має здійснюватися у контексті аналізу всієї системи економічних та, насамперед, торговельних відносин у межах відповідної історичної епохи.

Найбільш повно в юридичній літературі висвітлюється питання виникнення та розвитку правової охорони торговельних марок. У спеціальній літературі обґрунтовується поява прототипів сучасних товарних знаків вже у епоху зародження рабовласницького ладу [6, с. 3]. Аргументація даної позиції здійснюється на підставі археологічних даних. Так, майже за 4000 років до н.е. майстри Ассирії та Вавилону вирізали на камінні збудованих ними споруд свої знаки [13, с. 5]. За історичними даними у XXII–XIX рр. до н.е. жителі Криту використовували спеціальні піктографічні знаки на глечиках та як відмітки каменярів на камені [4, с. 74].

Водночас, з наведеним поглядом не можна беззастережно погодитись. Необхідно відзначити, що такі позначення не виконували функції сучасних торговельних марок, а служили зовсім іншим цілям. У багатьох народів спеціальні оригінальні знаки – символи вживались для позначення належності майна його власнику [1, с. 143]. Факт проставлення таких клейм дає історикам можливість визначити момент зародження економічних відносин власності у давніх народів та класового розшарування суспільства, яке передують появі інституту держави. Пізніше, символи належності речі почали проставляти на створеній продукції. Тому поступово, разом з знаком власності тавро стає знаком авторства творця нового виробу.

Таким чином, первинно знаки посвідчували правову належність майна чи авторство виготовленої продукції. При продажу товару новий власник поряд чи замість існуючого проставляв своє ідентифікуюче позначення. У той час як, проставлення спеціальних знаків як спосіб виокремлення товару певного виробника від подібної продукції конкурентів в епоху рабовласницького ладу ще не набуло самостійного значення.

Відсутність будь-яких правил, спрямованих на правову охорону торговельних марок в античну епоху слід вбачати у причинах соціального-економічного характеру, які зумовили незначну практику використання індивідуальних товарних знаків. При первинному розподілі праці внаслідок недостатнього розвитку продуктивних сил відбувається виокремлення та розвиток окремих професій, у той час як міжпрофесійне розмежування не здійснюється. Тому не виникає конкуренція між виробниками одного виду продукції. Як наслідок, відсутня потреба у торговельній марці як засобу виокремлення продукції від товарів інших ремісників та підвищення на неї споживчого попиту.

Інша причина відсутності їх цивільно-правової охорони в епоху панування високорозвинутого римського *jus privatum* визначається особливостями рабовласницького ладу та проявляється у характерному для даного періоду широкому використанні малоефективної рабської праці у ремісничих професіях. Вчені-історики наголошують, що зміна ставлення до ремісництва відбувається поступово у зв'язку з розвитком рабовласницького суспільства. На первинному етапі його зародження ремісництво захоплюється, заняття ремеслами вважається почесним, але вже у класичний період розвитку античної цивілізації спостерігається негативне презирливе ставлення до ремесел. Так, у класичний період грецької історії (V–IV ст. до н.е.) поруч з вільними ремісниками і громадянами все у більшій кількості працюють раби. Дана обставина погіршує матеріальний та соціальний стан вільних майстрів. Шкідливо відбивається на їх доходах та зайнятості конкуренція більш дешевої рабської праці. Поступово представники пануючого класу почали ставитися до ремісників як до осіб, що займаються презирливими рабськими професіями [4, с. 235].

Підхід до ремесел як негідного вільного громадянина заняття спостерігається і в інших народів з розвинутим рабовласницьким ладом. Зокрема, у Давньому Римі небажання рабовласників займатись господарством та ремеслами стало причиною появи інституту рабського пекулія (*rescilium*), що передбачав наділення раба майном, необхідним для здійснення господарської діяльності, відповідальність за результати якої ніс рабовласник.

Зазначені обставини соціально-економічного характеру у сукупності пояснюють той факт, що як у ранній період розвитку античної епохи, так і в подальшому, не лише не було правової охорони індивідуальних торговельних марок, а й практика їх проставлення не набула значного поширення. Символічні позначення тієї епохи, насамперед, виступали знаками власності чи авторськими позначеннями їх творців, а не конкретного виробника товару. Тому торговельна марка як засіб індивідуалізації індивідуального характеру, що добровільно проставляється на товарах з метою їх розрізнення від продукції конкурентів у силу слабкорозвинутості торговельних відносин, низької продуктивності праці та соціального несприйняття ремісництва виникає в наступні історичні епохи. А ті, окремі приклади маркування продукції спеціальними символами ще не означає виникнення торговельної марки як явища економічної та правової дійсності в її сучасному розумінні.

Наведене, однак, не свідчить про відсутність будь-якої практики маркування продукції. У період античності виник інший вид засобів індивідуалізації – зазначення походження товару. Його появу слід пояснити загальним процесом розвитку торгівлі давніх народів та особливостями географічних місць їх розташування. Вироби та природні ресурси, яких не існувало на інших територіях становили основний предмет торгівлі. Товари для посвідчення її походження з відповідної території таврувалися

спеціальним позначенням майстрів, які виступали показником якості та географічним орієнтиром їх виготовлення. Так, ще 3000 років тому індійські ремісники мали звичай ставити свої підписи на художніх творіннях перед їх відправленням до Ірану. Промисловці з Китаю збували товари із зображенням своїх клейм у райони Середземномор'я понад 2000 років тому [7, с. 171].

Наступний етап у розвитку засобів індивідуалізації пов'язаний з цеховими позначеннями та знаками купецьких гільдій Середньовіччя.

За даними вчених прославлення на товарах спеціальних знаків їх виготовлювача увійшло в практику ремісничого виробництва у XV–XVI ст. [9, с. 10]. У цей період маркування товарів регулювалося в основному правилами цехової регламентації. Тавро мало на меті вказувати на належність виробника до цехової організації ремісників і тим самим засвідчувати, що зазначений виготовлювач має право на виробництво і продаж даного виробу. Зображення, нанесене на товар, служило одночасно свідченням того, що він виготовлений ремісником з дотриманням встановлених правил та пройшов контроль цехової корпорації.

Прагнучи монополізувати промисловість цехові організації обмежували чи, навіть, переслідували діяльність позацехових ремісників, так званих, "партачей". У підтримці цього явища була зацікавлена королівська влада. Так, у привілеї польського короля Сигізмунда III від 1597 р. "Про утворення в Києві цехів і умови вступу ремісників до цеху" містився припис, щоб кожний ремісник працював лише в одному цеху [5, с. 262]. Ремісники, які не стали членами будь-якої цехової організації не платили встановлених зборів, їх діяльність суворо заборонялася. Тому таврування товарними клеймами виробленої продукції позацеховиками у період розвитку цехового виробництва, звичайно, не набуло поширення.

Добровільне таврування продукції індивідуальними оригінальними торговельними марками було несумісне з розвитком цехового виробництва.

Єдиним законним способом вийти з-під контролю цеху та самостійно здійснювати виготовлення продукції не керуючись цеховими вимогами було отримання дозволу королівської влади на виключне виробництво певної продукції у межах відповідної території, який видавався у формі привілею.

Практика видачі привілеїв пов'язана з процесом посилення абсолютизму королівської влади та занепадом цехової організації виробництва. Поодинокі їх випадки трапляються вже у XIII ст. Проте масового характеру даний процес набув у XVI–XVII ст. Отримавши привілей ремісник міг не лише здійснювати виробництво продукції встановленого роду, але і позначати її особливим клеймом, відмінним від цехового.

Таврування продукції на підставі привілею носило добровільний характер, здійснювалося індивідуальним виробником, тому таким позначенням, на наш погляд, притаманні всі основні ознаки сучасних торговельних марок: приватноправовий характер, добровільність та індивідуальність маркування, використання марки у процесі масового виробництва товарів з метою їх відмежування від однорідної продукції конкурентів.

Таким чином, торговельна марка як економічна категорія остаточно сформувалася лише у кінці Середньовіччя внаслідок розкладу цехової організації ремісничого виробництва.

Подальший розвиток засобів індивідуалізації пов'язується з загальним розвитком промисловості, знищенням цехових організацій та поширенням мануфактурного та фабричного виробництва.

Бурхливий розвиток промисловості та технологічне оснащення виробництва у XVIII ст. сприяли появі на ринку великої кількості товарів різних виробників. Конкуренція виробників зумовила необхідність привернути увагу споживача до свого виробу. Тому набула поширення практика позначення виробленої продукції оригінальними знаками.

Ще більш прискорився процес індивідуалізації товарів у період індустріалізації, що розгорнулася в XIX ст. У промисловості набуває все більшого розвитку процес масового виробництва однорідних товарів. У цей час одержує небувале поширення маркування виробів. Збільшується значення торговельної марки не лише як способу ідентифікації виробленої продукції, а й засобу підвищення на неї попиту споживачів. Торгові клейма виробників, що внаслідок високої якості виготовлених товарів завоювали прихильність споживачів досить часто зазнають підробок. Виникає потреба у покаранні винних у використанні чужого фабричного чи торгового знаку. Її передумовою стало закріплення за товаровиробниками права на позначення виготовленої продукції оригінальними символічними знаками, та встановлення системи покарань за їх незаконне використання. За цих умов торговельна марка набуває правового значення та переходить з економічної категорії – позначення, застосованого для індивідуалізації продукції, в юридичну площину – об'єкта правової охорони.

В юридичній літературі по-різному визначається момент появи сучасних торговельних марок. Так, Б. Кекл та М. Шпунда пов'язують його з встановленням системи реєстрації торговельних марок. На думку вчених, лише у цьому випадку клеймо перетворюється у товарний знак [13, с. 8]. Відомий зарубіжний дослідник товарних знаків К. Веркман відзначає, що товарні знаки виникли в той період, коли стала відчуватися потреба в них, коли культурна сфера західної економіки, що базується на принципах конкуренції, уже не могла без них обходитися та вказує на 1880 р. як дату орієнтовного оформлення товарного знаку [2, с. 35, 168]. Ряд науковців обумовлюють виникнення товарного знаку у період розвитку цехових організацій Середньовіччя, а подальший розвиток в умовах капіталізму. За вихідний момент інколи береться прийняття перших законодавчих актів про охорону фабричних та (або) торговельних знаків у першій третині XIX ст. [9, с. 11]. Інші дослідники визначають їх виникнення з появою відповідного терміну у правових документах у кінці XIX ст. [8, с. 43].

Як вже зазначалось, необхідно відрізнити виникнення явища в економічному та юридичному розумінні. Торговельна марка як економічний феномен виник та набув свого розвитку у період занепаду цехового виробництва та зародження мануфактурної промисловості у результаті поширення індивідуального маркування продукції на підставі привілеїв. Значно пізніше, вона переходить в юридичну площину, перетворюючись на об'єкт правової охорони.

Основний критерій, який відрізняє сучасні торговельні марки від позначень минулого полягає не лише в їх придатності для індивідуалізації продукції, а вже практика проставлення на виробках певних символів їх творців сягає корінням періоду зародження рабовласницького ладу. Ним слід вважати добровільність, диспозитивність у позначенні виготовленої продукції спеціальним оригінальним знаком. Лише тавро, яке добровільно за власною ініціативою товаровиробника накладається на виготовлену продукцію з метою її відокремлення від аналогічної продукції конкурентів стає торговельною маркою. Тому першими законодавчими актами, спрямованими на забезпечення цивільно-правової охорони

торговельних марок слід вважати, насамперед, ті нормативні документи, які не тільки їх захищають від незаконного використання та підробки, а закріплюють право виробника на проставлення індивідуалізуючих його продукцію позначень. Такі перші повноцінні правові акти були прийняті в другій половині XIX ст.: у Франції – в 1857р., в США – в 1881 р., у Великобританії – в 1883 р., Німеччині – в 1884 р.

Інакше здійснювався розвиток іншого засобу індивідуалізації, що застосовується для позначення юридичної особи – комерційного найменування або як його називали в минулому – фірми. Становлення та генезис фірми тісно пов'язаний з процесом виникнення юридичних осіб як носіїв даного засобу індивідуалізації. Незважаючи на те, що римськими юристами обговорювалась можливість існування організацій, які володіли відокремленим майном та могли виступати у цивільному обороті від свого імені, саме поняття "юридичної особи" було не відоме римському праву. Участь корпорацій у цивільних правовідносинах античної епохи була досить обмеженою, що проявилось у відсутності правових норм, спрямованих на регулювання їх правового статусу.

У період Середньовіччя розвиток вчення про юридичну особу також перебувало під значним впливом рецепційованого глосаторами та коментаторами римського приватного права. Поява та поширення юридичних осіб пов'язується з епохою розвитку економічних та торгових зв'язків періоду Нового часу, коли давньоримський інститут спільної власності виявився неспроможним адекватно регулювати відносини, що виникли за участю об'єднаного капіталу.

З розвитком та поширенням грамотності виникає потреба використовувати певне позначення для підпису на документах. Для цього торговці спочатку використовували своє ім'я, а при створенні об'єднання купців стали вживати у ділових відносинах особливе позначення товариства, до якого включалися імена всіх його членів чи одного з них з вказівкою на існування товариства. Цим позначенням підписувалися на всіх документах, що опосередковували цивільно-правові угоди товариства. Тому саме слово "фірми" має італійське походження та означає підпис. Можна цілком погодитись з тезою відомого російського цивіліста О.П. Сергєєва, який відзначає, що фірма як особливе найменування учасника обороту виникла внаслідок діяльності торгових товариств [10, с. 48–49].

Якщо спершу процес розвитку корпорацій здійснювався у обмеженому масштабі: всі члени разом вирішували питання спільної діяльності та несли повну відповідальність за борги об'єднання, то у подальшому бурхливий розвиток економіки призвів до знеособлення юридичної особи – появи об'єднань, члени яких несли обмежену відповідальність. Поступово на зміну повному товариству приходив новий вид юридичної особи – акціонерна компанія. Поява нових юридичних осіб позначилась на змісті фірмових найменувань – найменуванням акціонерної компанії могло бути будь-яке оригінальне позначення, навіть, безпосередньо не пов'язане з прізвищами її членів чи характером діяльності.

Тому перетворення товариства в знеособленого суб'єкта призвело до необхідності застосування для його ідентифікації особливого імені, відмінного від імені окремих учасників та назв інших товариств.

З часом, значною мірою у зв'язку із зловживаннями, що з'явилися у цій сфері виникла потреба у регулюванні відносин, пов'язаних з використанням фірми.

Тому у XIX ст. законодавства ряду держав, зокрема, німецьке (Торгове уложення 1897 р., ст. 17–37), швейцарське (Закон про зобов'язання 1881р., ст. 865–876) та

скандинавських країн (Шведський закон 1887 р. про торгові реєстри і фірми) [12, с. 176] забезпечували правове регулювання відносин, що виникають у зв'язку з набуттям та використанням фірмових найменувань, а також містили правила і вимоги до структури фірм.

Незважаючи на виникнення зазначень походження товару вже у період античності надання їм цивільно-правової охорони відбулося пізніше інших засобів індивідуалізації. Причиною достатньо пізнього закріплення за ними статусу самостійного об'єкту права стала їх близькість з торговельними марками та, як наслідок, використання єдиного правового режиму для регулювання обох засобів індивідуалізації законодавством про фабричні та торгові клейма. На клеймах вимагалось позначати найменування та місцезнаходження виробника продукції, з метою розрізнення вітчизняної продукції від іноземних аналогів шляхом обов'язкового таврування виготовлених виробів. Тому значна кількість правових актів про клейма XVIII–XIX ст.ст. одночасно забезпечували правову охорону зазначень походження товару.

Вперше зазначення походження товару як самостійний об'єкт права на міжнародному рівні розглядається Паризькою конвенцією 1883 р., яка до переліку об'єктів промислової власності відносить "зазначення про походження" (фр.- *indication de provenance*; англ. – *indication of source*), а ст. 10 передбачає можливість застосування положень про захист знаків та фірмових найменувань в разі прямого або непрямого використання неправдивих вказівок про походження продуктів.

Проте на початку XX ст. виявилось, що охорона зазначень походження від фальшивого або такого, що вводять в оману, використання є недостатньою. Крім того, виникла потреба охорони і заохочення місцевих, традиційних способів виробництва.

Перший законодавчий акт, який передбачав охорону найменування місць походження також був прийнятий у Франції 6 травня 1919 [7, с. 218]. Відповідно до цього закону, найменування місця походження є назва країни, району або місцевості, що служить для позначення товару, який походить із цієї країни, району або місцевості та якість і особливості якого визначаються виключно або головним чином географічним середовищем, включаючи природні умови і людські фактори. Тобто, на відміну від зазначення походження товару для правової охорони якого необхідним був лише факт справжнього виробництва товару у межах відповідної території, охорона згідно закону 1919 р. надавалася лише таким товарам, які походять з конкретного району і які зобов'язані своїми специфічними якими-то місця свого походження.

Початково поняття "найменування місця походження" стосувалося лише до позначення вин та інших алкогольних напоїв, але пізніше його було поширено на інші товари (молочні продукти, в основному сир та масло, продукти рослинного походження тощо). Враховуючи успішне функціонування системи охорони французьких

найменувань місць походження подібна система також була введена в інших країнах.

Підводячи підсумок дослідження основних аспектів історичного розвитку засобів індивідуалізації можна зазначити, що з давніх часів у побуті та у процесі господарської діяльності використовувались різноманітні засоби індивідуалізації, але появу сучасних ідентифікуючих позначень (зазначення походження товару, торговельної марки та комерційного найменування) слід відносити до різних історичних епох.

Використання спеціальних символів на товарі, що свідчать про географічне місце його виготовлення увійшло у практику ще в період античності; цехові знаки Середньовіччя стали основою для розвитку сучасних колективних знаків і тільки у кінці цієї епохи під впливом розвитку мануфактурного виробництва одержало поширення індивідуальне таврування товарів торговельними марками. Комерційне найменування (фірма) як явище економічного життя виникає найпізніше – у період Нового часу внаслідок створення та діяльності торгових товариств.

Таким чином, первинний знак власності поступово у процесі історичного розвитку під впливом соціально-економічних факторів трансформувалася у систему засобів індивідуалізації товару та його виробника (зазначення походження товару – цеховий знак – фабричне та торгове клеймо – фірмове найменування).

Правова охорона зазначених засобів індивідуалізації здійснювалася більш історично збалансовано, починаючи з XIX ст. Якщо фірмове найменування та товарний знак практично одночасно в середині XIX ст. отримали правове регулювання у результаті кодифікації торговельних правил та звичаїв, то підставою для розвитку системи правової охорони зазначень походження товару став їх нормативний захист на міжнародно-правовому рівні. Під впливом міжнародного законодавства на початку XX ст. були сформовані національні законодавчі акти про правову охорону зазначення походження товару та найменування місця його походження.

1. Авдиев В.И. История Древнего Востока. – М.: "Высшая школа", 1962. – 608 с.
2. Веркман К. Товарные знаки: создание, психология восприятия: Пер. с англ. – М.: Прогрес, 1986 – 518 с.
3. Горленко С.А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров. 3-е изд-е. – М., Информ. изд-й центр Роспатента, 2001. – 131 с.
4. История Древней Греции: Учебник. Под ред. В.И. Авдиева, Н.Н. Пикуса. – М.: "Высшая школа", 1962 – 502 с.
5. История Киева. В 3 томах, четырех книгах. Т. 1. – К.: "Наукова думка", 1982 – 407 с.
6. Мельник О.М. Правовая охрана знаков для товаров и услуг в Украине: гражданско-правовой аспект. Ірпін, 2001. – 135 с.
7. Основы интеллектуальной собственности. – К.: Видавничий Дім "Ін Юре", 1999. – 578 с.
8. Право интеллектуальной собственности. Підручник для студентів вищих навч. закладів / За ред. О.А. Підпригоро, О.Д. Святоцького. – К.: "Ін Юре", 2002 – 624 с.
9. Свядосц Ю.И. Правовая охрана товарных знаков в капиталистических странах. Учеб. Пособие. – М., 1969. – 189 с.
10. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Учебник. 2-е изд. – М.: Проспект, 2001. – 752 с.
11. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Соглашение TRIPS). // Андрощук Г., Крайнев П., Кавасс И. Право интеллектуальной собственности. Торговые аспекты. – К.: Ін Юре, 2000 – 164 с.
12. Федоров А.Ф. Торговое право. – Одесса, 1911.
13. Хекл Б, Шпунда М. Товарные знаки и промышленные образцы. – М.: ЦНИИПИ, 1969. – 68 с.

Надійшла до редколегії 28.02.07