

ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО І ЦИВІЛЬНИЙ ПРОЦЕС; ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО, ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

УДК 347.77/78 (076)

Артеменко Л. В.,

кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри цивільного, трудового, господарського права
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ, ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

SPECIFICS OF LEGAL REGULATION OF INDIVIDUALIZATION OF PARTICIPANTS OF CIVIL TURNOVER, GOODS AND SERVICES

Досліджено інститут засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг.

Ключові слова: засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, комерційні (фірмові) найменування, торгові марки (товарні знаки), географічні зазначення.

Исследован институт средств индивидуализации участников гражданского оборота, товаров и услуг.

Ключевые слова: средства индивидуализации участников гражданского оборота, коммерческие (фирменные) наименования, торговые марки (товарные знаки), географические обозначения.

The scientific article is devoted research of institute of facilities of individualization of participants of civil circulation, commodities and services.

Key words: facilities of individualization of participants of civil circulation, commercial names (brandname), trade marks (commodity signs), geographical denotations.

Вступ. Всебічне широке використання результатів інтелектуальної діяльності, розвинена державна система правової охорони інтелектуальної власності сприяє соціально-економічному розвитку держави. В Україні відносини у сфері інтелектуальної власності регламентуються значною кількістю законів, підзаконних нормативно-правових актів, міжнародних договорів та угод, але вітчизняна правова база не позбавлена певних недоліків та розбіжностей, тому триває постійний пошук шляхів і способів удосконалення законодавства та приведення його до світових стандартів, зокрема щодо правової охорони засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження інституту засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг.

Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань:

— охарактеризувати діючий в українському правовому полі інститут засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг;

— визначити особливості правового регулювання засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, зокрема комерційних (фірмових) найменувань, торгових марок (товарних знаків) та географічних зазначень.

Результати дослідження. Характеризуючи інститут засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг, слід зазначити, що він має таку структуру: право інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування; право інтелектуальної власності на торгові марки (товарні знаки); право інтелектуальної власності на географічне зазначення.

Окремі аспекти нормативно-правового регулювання інституту засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг у своїх роботах розглядали такі фахівці, як М. Архипова, Н. Берлач, Ю. Бошицький, Р. Гуменний, Т. Демченко, Ю. Капіца, І. Коваль, А. Кодинець, О. Козлова, О. Рассомахіна, М. Потоцький, О. Таранущенко, Л. Цибенко, Ю. Шемшученко. Наприклад, особливості правової охорони географічних зазначень відповідно до національних законодавств країн-учасниць СОТ досліджує М. Архипова [1, с. 128–130], а в роботі Т. Демченко проводиться порівняльно-правовий аналіз різних способів охорони товарних знаків [2]. У фундаментальній роботі за редакцією Ю. Шемшученка та Ю. Бошицького розглянуті проблеми теорії і практики правової охорони комерційних зазначень в Україні [3].

Інститут засобів індивідуалізації у цивільному обігу є групою правових норм, що охороняють такі

об'єкти, як комерційне (формове) найменування, торговельну марку, найменування місця походження товару.

Функціями засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг є інформаційна, розрізняльна, гарантійна, рекламна та захисна. Зміст інформаційної функції полягає в інформуванні споживачів щодо виробників товарів, послуг, джерел походження продукції, їх якісних характеристик тощо. Розрізняльна функція необхідна для ідентифікації виробників продукції серед аналогічної, подібної, що пропонується на ринку. Гарантійна функція пов'язана із гарантуванням споживачам певного набору корисних властивостей та рівня якості товарів та послуг. Рекламна функція реалізується для того, щоб привернути увагу споживачів, стимулювати збут товарів та послуг, позначених оригінальним маркуванням виробника. Захисна функція передбачає захист від недобросовісної конкуренції.

Комерційне найменування – найменування, під яким підприємець виступає в комерційному обороті, і яке індивідуалізує його серед інших учасників цивільного обороту. Поняття «комерційне найменування» є більш широким, ніж поняття «фірмове найменування». Фірмове найменування вказує на приналежність структурі, організації, підприємству, а комерційне – вказує на комерційний характер діяльності, яка здійснюється юридичною чи фізичною особою. Основна функція комерційного найменування – індивідуалізація суб'єкта – учасника цивільного обороту.

Критерії віднесення найменування до об'єктів правової охорони: істинність, виключність та постійність. Істинність означає, що комерційне найменування має правдиво відображати правове становище суб'єкта підприємницької діяльності і не вводити в оману інших учасників цивільного обороту. Виключність передбачає, що комерційне найменування повинне мати особливі ознаки, які б не допускали змішування одного комерційного найменування з іншими. Не допускається використання тотожних комерційних найменувань різними суб'єктами підприємницької діяльності, але якщо юридичні особи діють у різних сферах, мають різну організаційно-правову форму, що відображена в комерційному найменуванні, тоді використання тотожних комерційних найменувань дозволяється. Комерційне найменування юридичної особи не повинне збігатися також із знаками для товарів і послуг та зазначеннями походження товарів, власниками прав на які є інші особи. Особи можуть мати однакові комерційні найменування, якщо це не вводить в оману споживачів щодо товарів, які вони виробляють або реалізують, а також послуг, які вони надають. Постійність означає, що комерційне найменування не змінюється, поки юридична особа зберігає свій організаційно-правовий статус. Зміни організаційно-правового статусу юридичної особи повинні бути відображені у комерційному найменуванні.

Комерційне найменування має відображатися українською мовою, а іноземні слова також повинні

наводитися українськими літерами. Основна частина комерційного найменування називається його корпусом, допоміжна – додатком. Корпус є обов'язковою частиною і містить вказівку на організаційно-правову форму підприємства, його тип і предмет діяльності, інші характеристики. Допоміжна частина складається з обов'язкового і факультативних додатків. Обов'язковий додаток – це спеціальна назва підприємства, його номер або інше позначення, необхідне для розрізнення підприємства: оригінальні слова, власні імена, географічні назви тощо. Факультативні додатки включаються до комерційного найменування за бажанням підприємця (наприклад, скорочене найменування).

Комерційне найменування охороняється без обов'язкового подання заявки на нього чи його державної реєстрації з моменту першого використання. Воно використовується на товарах, у рекламах, друкованих виданнях, на офіційних бланках, під час виставок та ін. Відомості про комерційне найменування можна вносити до реєстрів, що ведуться у порядку, встановленому законом [4, ст. 489].

Суб'єкти права інтелектуальної власності на комерційне найменування – це, перш за все, юридичні особи, що є суб'єктами підприємницької діяльності, та фізичні особи – індивідуальні підприємці, які використовують своє ім'я як комерційне найменування.

Не є суб'єктами права інтелектуальної власності на комерційне найменування: об'єднання юридичних осіб; повні товариства; філіали і окремі підрозділи юридичних осіб, які повинні використовувати комерційне найменування юридичної особи, яка їх утворила; установи, споживчі кооперативи, фонди та інші некомерційні організації. Їхню індивідуалізацію забезпечує офіційне найменування.

Майнові права на комерційне найменування включають: право на використання комерційного найменування; право перешкоджати іншим особам неправомірно використовувати комерційне найменування, в тому числі, забороняти таке використання; інші майнові права, що встановлені законом. Комерційне найменування не може бути відчужене від підприємства. Законодавчо закріплено, що майнові права на комерційне найменування передаються іншій особі лише разом із цілісним майновим комплексом особи, якій ці права належать, або його відповідною частиною [4, ст. 490]. Право на використання комерційного найменування може бути передане іншим особам за виключною або невиключною ліцензією за винагороду на строк або без зазначення строку. Фактично єдиним випадком переходу права на комерційне найменування є правонаступництво – у разі реорганізації власника цього права. Існує випадок, коли відбувається передача дозволу на використання комерційного найменування (за договором комерційної концесії).

Як особисте немайнове право, право на комерційне найменування органічно пов'язане з діловою репутацією юридичної особи, а також правом на захист честі та гідності осіб, які є власниками підприємства.

Право на комерційне найменування припиняється з ліквідацією юридичної особи. Дострокове припинення прав можливе в таких випадках: якщо власник комерційного найменування відмовився від права на користування комерційним найменуванням; коли відбувся перехід підприємства до нового власника, а умови передачі не передбачають збереження за підприємством попереднього комерційного найменування; якщо відбувається реорганізація юридичної особи, під час якої вона може або повинна змінити попереднє комерційне найменування.

Виходячи з відповідних норм ЦКУ [4, ст. 492] та Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5, ст. 1] слід зазначити, що стосовно права інтелектуальної власності на торгові марки (товарні знаки) склалася ситуація, коли в одній правовій дійсності існує два поняття, які є синонімічними – «знаки для товарів і послуг» («товарний знак») та «торгова (торговельна) марка»: товарний знак – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб, а торгова марка – це будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для індивідуалізації товарів чи послуг, що належать або надаються однією особою та відрізняють товари чи послуги, що належать або надаються іншими особами. Такими позначеннями можуть бути слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів.

Різниця між комерційним зазначенням та торговельними марками полягає у тому, що на відміну від комерційного найменування, торговельна марка може існувати не лише у словесній, а й у зображувальній формі та їх комбінаціях. Також права на торговельну марку підлягають державній реєстрації і мають терміновий характер, а на договірних засадах її можна передати іншим особам. Правова охорона надається лише тій марці, яка не суперечить суспільним інтересам, принципам гуманності та моралі. Не можуть одержати правову охорону позначення, які зображують або імітують державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми); офіційні назви держав; емблеми, скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій; офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки; нагороди та інші відзнаки.

Також не можуть одержати правову охорону позначення, які: звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули її внаслідок їх використання; складаються лише з позначень, що є загальноживаними як позначення товарів і послуг певного виду; складаються лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, зокрема вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг; є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу; складаються лише з позначень, що є загальноживаними символами і термінами; відображають лише форму, що обумовлена природ-

ним станом товару чи необхідністю отримання технічного результату, або яка надає товару істотної цінності.

Не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати зі знаками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг; знаками інших осіб, якщо ці знаки охороняються без реєстрації на підставі міжнародних договорів, учасником яких є Україна, зокрема знаками, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності [6, ст. 6 bis]; фірмовими найменуваннями, що відомі в Україні і належать іншим особам, які одержали право на них до дати подання заявки щодо таких же або споріднених із ними товарів і послуг; кваліфікованими зазначеннями походження товарів (у тому числі спиртів та алкогольних напоїв), що охороняються відповідно до Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів». Такі позначення можуть бути лише елементами, що не охороняються, знаків осіб, які мають право користуватися вказаними зазначеннями; знаками відповідності (сертифікаційними знаками), зареєстрованими у встановленому порядку.

Не реєструються як знаки позначення, які відтворюють промислові зразки, права на які належать в Україні іншим особам; назви відомих в Україні творів науки, літератури і мистецтва або цитати і персонажі з них, твори мистецтва та їх фрагменти без згоди власників авторського права або їх правонаступників; прізвиська, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети і факсиміле відомих в Україні осіб без їх згоди [5, ч. 3–4, ст. 6].

Торговельна марка виконує функції виділення товарів або послуг певного економічного суб'єкта на ринку; вказівки на певну якість об'єкта; забезпечення стійкості попиту на товар; захисту інтересів сумлінних виробників і споживачів; зазначення місця його походження; підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг; рекламну функцію.

Наявними мають бути одночасно всі ознаки, що є критеріями віднесення позначення до торгової марки:

- позначення має бути новим, тобто невідомим у межах України;
- позначення має бути корисним, тобто повинне індивідуалізувати надійну конкурентоспроможність і стабільність попиту на товар і послуги;
- позначення має бути технологічним, тобто мати об'єктивне вираження, що дозволяє маркувати ним випущені вироби й упаковку, використовувати в технічній і супровідній документації без зниження якості та зовнішнього вигляду товару;
- відповідати вимогам промислової естетики і ергономіки – бути милозвучним, легким у вимові, привертати увагу, легко запам'ятовуватися.

Види торговельних марок: словесні, зображувальні, об'ємні, комбіновані, нетрадиційні. Словес-

ні марки бувають у вигляді сполучень літер, слів чи фраз. Це можуть бути як існуючі, так і штучно створені слова. Словесні марки поділяються на два підвиди: 1) у свідоцтві позначення виконано у чорно-білому кольорі стандартним шрифтом; 2) позначення виконане в особливій шрифтовій манері і, можливо, у певному кольорі, тобто охороні підлягає шрифт, характер розташування букв, їх відносний розмір, фон, колір та інші візуальні інформативні елементи. Зображувальні марки – це позначення у вигляді графічних композицій будь-яких форм на площині (малюнки, креслення тощо). Для цього можуть бути використані як існуючі об'єкти, так і абстрактні зображення і всілякі символи. Об'ємні марки є у вигляді фігур або їх композицій у трьох вимірах – довжині, висоті і ширині (наприклад, оригінальна форма виробу або його упаковки), однак об'ємні торговельні марки не можуть просто повторювати зовнішній вигляд відомого предмета, також форма виробу не повинна визначатися винятково його функціональним призначенням. Комбіновані марки поєднують у собі кілька із зазначених вище позначень (наприклад, слово і малюнок). Нетрадиційні марки – світлові, звукові, ароматичні та ін.

Як правило, для маркування товарів використовується латинська буква R у колі (для зареєстрованих товарних знаків) і літери ТМ (для знаків, що очікують реєстрації).

Суб'єктами права на торговельну марку можуть бути юридичні або фізичні особи, а також об'єднання осіб, які зареєстрували на своє ім'я право інтелектуальної власності, та правонаступники зазначених осіб. Вони є носіями майнових прав, оскільки такого суб'єкта права, як автор торговельної марки, закон не визначає. Право інтелектуальної власності на певну торговельну марку може належати одночасно декільком фізичним або юридичним особам.

Майновими правами інтелектуальної власності на торговельну марку є право на використання торговельної марки, виключне право дозволяти використання торговельної марки, виключне право перешкоджати неправомірному використанню торговельної марки, в тому числі забороняти таке використання, а також інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

Чинність майнових прав інтелектуальної власності на торговельну марку припиняється достроково у зв'язку з перетворенням торговельної марки на загальноживане позначення певного виду товарів чи послуг або за ініціативою особи, якій вони належать.

Використанням товарного знака визнається нанесення його на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, упаковку, вивіску, етикетку тощо, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням знака з метою пропонування його для продажу, продаж, імпорт та експорт; застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої знак зареєстрований; застосування його в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет.

Умовою охороноздатності торговельної марки є її державна реєстрація. Винятком є так звані добре ві-

домі торговельні марки, що охороняються на підставі прийнятих Україною міжнародних зобов'язань. Охорона прав на добре відомий знак здійснюється згідно з статтею 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності та законодавством України на підставі визнання знака добре відомим Апеляційною палатою або судом. Знак може бути визнаний добре відомим незалежно від реєстрації його в Україні. При визначенні того, чи є знак добре відомим в Україні, можуть розглядатися, зокрема, такі фактори, якщо вони є доречними: ступінь відомості чи визнання знака у відповідному секторі суспільства; тривалість, обсяг та географічний район будь-якого використання знака; тривалість, обсяг та географічний район будь-якого просування знака, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів або послуг, щодо яких знак застосовується; тривалість та географічний район будь-яких реєстрацій або заявок на реєстрацію знака за умови, що знак використовується чи є визнаним; свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема територія, на якій знак визнано добре відомим компетентними органами; цінність, що асоціюється зі знаком.

Заявка, що подається для реєстрації товарного знака, має стосуватися одного знака. Вона складається українською мовою і повинна містити такі документи: заяву про реєстрацію знака; зображення позначення, що заявляється; перелік товарів і послуг, для яких заявник просить зареєструвати знак, згрупованих за Міжнародною класифікацією товарів і послуг для реєстрації знаків. За необхідності до заяви додаються документи, що можуть бути використані при винесенні рішення щодо заявки: документ про сплату збору за подання заявки, у тому числі за експертизу; копія попередньої заявки, за свідчена відомством країни подання, якщо заявник бажає скористатися правом на пріоритет; документ, що підтверджує показ експонатів із використання заявленого знака на офіційній або офіційно визнаній міжнародній виставці, якщо заявник бажає скористатися правом пріоритету знака; довіреність на ім'я представника, якщо заявка подається через такого; документи, що підтверджують право заявника на використання у заявленому позначенні елементів, які можуть бути використані лише з дозволу їх власників.

Експертиза заявки на торговельні марки складається із двох видів – експертизи за формальними ознаками і експертизи заявки по суті. Експертиза за формальними ознаками проводиться за тією самою процедурою, що й експертиза заявок на об'єкти промислової власності. Експертиза заявки по суті має своїм завданням перевірити, чи не збігається заявлене позначення з тими зображеннями, які не можуть одержати правову охорону. По завершенні експертизи заявки по суті з позитивним результатом приймається рішення про реєстрацію торговельної марки. На підставі цього рішення та після отримання збору за видачу свідоцтва в офіційному бюлетені публікуються відомості про видачу свідоцтва. Свідоцтво на

торговельну марку видається строком на 10 років. Власник має право продовжити чинність свідоцтва на кожні наступні 10 років, сплативши збір.

Взаємовідносини при використанні знака, свідоцтво на який належить кільком особам, визначаються угодою між ними. У разі відсутності такої угоди кожен власник свідоцтва може використовувати знак на свій розсуд, але жоден із них не має права видавати ліцензію на використання знака та передавати право власності на знак іншій особі без згоди решти власників свідоцтва. Свідоцтво надає його власнику виключне право забороняти іншим особам використовувати без його згоди: зареєстрований товарний знак стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг; зареєстрований знак стосовно товарів і послуг, споріднених із наведеним у свідоцтві; позначення, схоже із зареєстрованим знаком, стосовно наведених у свідоцтві, а також споріднених із ними товарів і послуг. Власник свідоцтва має право дати будь-якій особі дозвіл на використання знака на підставі ліцензійного договору.

Відповідно до Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» [7, ст. 1] зазначення походження товару поділяються на просте і кваліфіковане. Просте зазначення походження товару – будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару. Кваліфіковане зазначення походження товару включає в себе назву місця походження товару і географічне зазначення походження товару. Назва місця – це назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із зазначеного географічного місця та має особливі властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами або поєднанням цих природних умов із характерним для даного географічного місця людським фактором. Географічне зазначення – назва географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із цього географічного місця та має певні якості, репутацію або інші характеристики, в основному, зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами чи людським фактором, або поєднанням цих природних умов і людського фактора. До об'єктів інтелектуальної власності, яким надається правова охорона, відносять лише кваліфіковане зазначення походження товару, тобто термін Цивільного кодексу України «географічне зазначення» за змістом відповідає передбаченому даним законом поняттю «кваліфіковане зазначення походження товару».

Види географічних зазначень: природні – сформувалися під впливом природних умов; штучні – сформувалися під впливом людського фактора, мають тенденцію до перетворення на видові зазначення; змішані – сформувалися під впливом природних умов та людського фактора.

Функції географічного зазначення: інформаційна – надання інформації про конкретну місцевість виробництва, виробника, якісні характеристики то-

вару; рекламна – звертає увагу на конкретні властивості товару; розпізнавальна – виокремлення товару з маси однорідних товарів зі схожими властивостями з іншої місцевості; охоронна – захист товару від підробки; гарантійна або споживча – гарантування споживачу певних якостей товару.

Правова охорона походження товару надається, якщо воно: є назвою географічного місця, з якого цей товар походить; вживається як назва певного товару чи як складова цієї назви; у вказаному цією назвою географічному місці об'єктивно існують характерні природні умови чи поєднання характерних природних умов і людського фактора, що надають товару особливі властивості порівняно з однорідними товарами з інших географічних місць; позначуваний цією назвою товар має відповідні властивості, що зумовлені характерними для цього географічного місця природними умовами чи поєднанням цих умов із характерним для цього географічного місця людським фактором; виробництво (видобування) і переробка позначуваного цією назвою товару здійснюється в межах зазначеного географічного місця [7, ст. 7].

Обсяг правової охорони географічного зазначення визначається характеристиками товару або послуги і межами географічного місця їх походження, зафіксованими державною реєстрацією права інтелектуальної власності на географічне зазначення.

Не надається правова охорона кваліфікованому географічному зазначенню, яке не відповідає умовам надання правової охорони; суперечить публічному порядку, принципам гуманності та моралі; є видовою назвою товару; правильно вказує на географічне місце виготовлення товару, але створює у споживачів помилкове уявлення про те, що товар виготовлений в іншому географічному місці; є назвою сорту рослин чи породи тварин, і тому здатне ввести в оману споживачів щодо дійсного походження товару [7, ст. 8].

Суб'єктами права інтелектуальної власності на географічне зазначення є виробники товарів, асоціації споживачів; установи, що безпосередньо пов'язані із виробленням чи вивченням відповідних продуктів, виробів, технологічних процесів або географічних місць.

Права інтелектуальної власності на географічне зазначення включають у себе право на визнання позначення товару або послуги географічним зазначенням, право на використання географічного зазначення, право перешкоджати неправомірному використанню географічного зазначення, у тому числі, забороняти таке використання. Право інтелектуальної власності на географічне зазначення виникає з дати державної реєстрації цього права. Порядок державної реєстрації подібний до порядку державної реєстрації торговельної марки.

Заявка на географічне зазначення буває двох видів: заявка на реєстрацію географічного зазначення походження товару та заявка на право використання зареєстрованого географічного зазначення походження товару. Заявка складається українською мовою і містить такі документи: заяву про реєстрацію

географічного зазначення походження товару або права на використання зареєстрованого географічного зазначення походження товару з відомостями про заявника та його адресу; заявлену назву географічного зазначення походження товару; назву товару, для якого заявник просить зареєструвати вказане географічне зазначення походження товару; назву та межі географічного місця, де виробляється товар, і з яким пов'язуються особливі властивості, певні якості, репутації та інші характеристики товару; опис особливих властивостей товару, певних якостей, репутації та інших характеристик товару; дані щодо використання заявленого географічного зазначення походження товару на етикетці та при маркуванні товару; дані про взаємозв'язок особливих властивостей, певних якостей, репутації та інших характеристик товару з природними умовами та людським чинником вказаного географічного місця походження товару. Реєстрації підлягає тільки кваліфіковане зазначення товарів, яке складається із назви місця походження товару та географічного зазначення походження товару [7, ст. 10].

Право інтелектуальної власності на географічне зазначення набуває чинності з дати, наступної за датою державної реєстрації, і охороняється безстроково за умови збереження характеристик товару або послуги [4, ст. 504]. Свідоцтво, що посвідчує право на використання зареєстрованого географічного зазначення, чинне 10 років від дати подання заявки. Строк дії свідоцтва продовжується уповноваженою державною установою на наступні 10 років на підставі заяви, поданої власником свідоцтва, протягом останнього року дії свідоцтва за умови надання підтвердження уповноваженого органу, що власник свідоцтва виробляє товар у географічному місці, зазначеному в реєстрі, а характеристики товару відповідають характеристикам, занесеним до реєстру. За продовження строку дії свідоцтва сплачується збір [7, ст. 15].

Використанням зареєстрованого кваліфікованого зазначення походження товару визнається: нанесення його на товар або на етикетку; нанесення його на упаковку товару, застосування у рекламі; запис на бланках, рахунках та інших документах, що супроводжують товар. Право на використання найменування місця походження товару не є монополієм, тобто не є виключним правом. Це означає, що одне й те саме найменування місця походження товару може бути зареєстровано на ім'я кількох користувачів цього найменування. Заявка на реєстрацію в іноземній державі кваліфікованого зазначення походження товару, пов'язаного з географічним місцем на території України, може бути подана тільки після його реєстрації в Україні.

Для попереджувального маркування назви місця походження товару застосовують обведену колом абrevіатуру НМП. Замість цього маркування або разом із ним може наноситися текст «Зареєстрована в Україні назва місця походження товару». Для попереджувального маркування географічного зазначення походження товару застосовують обведену колом

абrevіатуру ГЗП. Замість цього маркування або разом із ним може наноситися текст «Зареєстроване в Україні географічне зазначення походження товару».

Підставами припинення права на використання зареєстрованого географічного зазначення є втрата товаром особливих властивостей або інших характеристик, описаних у реєстрі (за рішенням суду); ліквідація юридичної особи або смерть фізичної особи, що є власником свідоцтва; подання власником свідоцтва заяви про відмову від права на використання географічного зазначення (право припиняється з дня офіційної публікації відомостей про це); несплата збору за продовження строку дії свідоцтва.

Означена сфера права інтелектуальної власності є дуже конфліктною і навіть криміногенною з огляду на високу конкуренцію у підприємницькому середовищі, яку можна назвати «битвою за споживача». Тому мають місце численні порушення і намагання незаконно використати те чи інше географічне зазначення або торгової марку непричетними до вироблення аутентичних товарів суб'єктами. Така ситуація потребує протидії протиправним посяганням з боку відповідних державних контролюючих та правоохоронних органів.

Складна ситуація складається у місцях розповсюдження народних промислів (наприклад, таких, як петриківський розпис тощо) особливо у разі, коли право на географічне зазначення народного промислу намагається привласнити якийсь підприємливий «монополіст» у той час, коли даний вид промислу є традиційним, а іноді й єдиним джерелом прибутків для місцевих жителів (наприклад, як то буває у віддалених гірських карпатських селищах). На шляху таких посягань мають бути вибудовані нездоланні законодавчі перепони, але з дотриманням розумного балансу та з урахуванням світового досвіду та нашої власної специфіки, щоб не обмежувати безпідставно чи надмірно свободу підприємництва.

Висновки. Підсумовуючи, слід зазначити, що у науковому середовищі та серед практиків бізнесу не існує повної єдності у теоретичному та гуманітарному розумінні природи інтелектуальної власності взагалі та її окремих складових. Слушною є позиція Річарда Столмена, який взагалі заперечує саму концепцію інтелектуальної власності, називаючи її «інтелектуальною монополією», і дотримується прагматичної та більш адекватної сучасним реаліям ідеї інтелектуального протекціонізму, що в повній мірі стосується сфери засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг. Пріоритетними напрямами для досліджень є розвиток теоретичних та практичних аспектів права інтелектуальної власності стосовно вдосконалення системи правового регулювання засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів та послуг, а також якісна імплементація міжнародно-правових засад регулювання даної сфери з метою подальшого вдосконалення законодавства щодо інтелектуальної власності в Україні, зокрема з метою захисту споживчого ринку від фальсифікованих, контрафактних, неякісних та небезпечних

для здоров'я і життя людини продуктів і товарів; моніторинг ситуації задля виявлення та усунення фактів порушення законодавства щодо використання комерційних найменувань, торгових марок, знаків для товарів і послуг, географічних зазначень походження товарів; пропагування цивілізованих способів користування об'єктами інтелектуальної

власності та ін. Україна має інтегруватися у процеси розвитку збалансованої і прозорої міжнародної системи захисту інтелектуальної власності, яка повинна забезпечувати справедливу винагороду за інтелектуальну діяльність, стимулювати інновації і робити значний внесок в економічний розвиток, враховуючи при цьому інтереси суспільства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архіпова М. Особливості правової охорони географічних позначень відповідно до національних законодавств країн-учасниць СОТ // Право України. – 2005. – № 7. – С. 128–130.
2. Демченко Т. Охрана товарных знаков (сравнительно-правовой анализ). – 2-е изд., перераб. и доп. – К., 2005. – 208 с.
3. Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики / За заг. ред. Ю. Шемшученка, Ю. Бошицького. – К., 2006. – 634 с.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40. – Ст. 356 (зі змінами та доповн.).
5. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – Ст. 36 (зі змінами та доповн.).
6. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р. (зі змінами). Набуття чинності для України: 25 грудня 1991 р.
7. Про охорону прав на зазначення походження товарів: Закон України від 16.06.1999 р. № 752-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 32. – Ст. 267 (зі змінами та доповн.).