

ОХОРОНА ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ

На сьогодні спостерігається значне підвищення інтересу до торговельних марок не лише зі сторони правознавців, але і зі сторони міжнародної спільноти, підприємців, державних діячів, засобів масової інформації тощо. Причому така активізація уваги до торговельних марок зумовлена не лише їх особливим значенням у розвитку ринкових відносин, але і наявністю суттєвих прогалин у чинному законодавстві України з питань забезпечення правової охорони торговельних марок. Це, безумовно, потребує адекватної активізації і наукових досліджень теоретичних та практичних аспектів правової охорони торговельних марок.

У даній статті ми розглянемо сутність правової охорони торговельних марок, яка буде визначатися її призначенням в процесі функціонування торговельних марок взагалі. Варто вказати, що функціональне призначення торговельних марок визначають з одного боку, як специфіку їх місця і значення в життєдіяльності суспільства та цивільно-правового обігу, а з іншого – береться до уваги особливості їх правової охорони.

Виходячи із розуміння функціонального призначення торговельних марок, їх правову охорону можна поділити на декілька площин: правова охорона торговельних марок виконує гарантуюче значення відносно останніх щодо їх можливості індивідуалізувати товари та послуги, відрізняючи їх серед однорідних товарів і послуг, які знаходяться на ринку; правова охорона торговельних марок надає змогу забезпечити зазначення джерела походження товару або послуги шляхом фіксації його виробника або суб'єкта, що надає послугу. Споживач, отримуючи послугу або купуючи товар, який містить розпізнавальний охоронюваний знак, обирає конкретного виробника серед конкурентів; правова охорона торговельних марок забезпечує їх інформаційне призначення. Зокрема, інформує споживача про якість товару або послуги, тим самим даючи їм можливість віддавати перевагу товарам або послугам, які позначаються певною торговельною маркою; правова

охорона торговельних марок надає змогу публічного її розповсюдження та рекламування товарів і послуг [1, 207].

Обсяг правової охорони торговельної марки – це предметна, територіальна та часова сфера дії права на торговельну марку. Обсяг охорони, що її надають, визначають зображення торговельної марки та перелік товарів, для яких було зареєстровано марку, при цьому охорона поширюється також і на однорідні товари та послуги.

Якщо торговельну марку охороняють на підставі реєстрації, її охорона обмежується країною, в якій цю марку зареєстровано, згідно з Мадридською угодою про міжнародну реєстрацію знаків [2] чи Протоколу до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків [3] (територіальний аспект). Якщо охорону марці надають на підставі її використання, територія, на якій марка матиме правову охорону, може обмежуватися певною місцевістю країни, де її використовують.

Якщо охорону здійснюють на підставі реєстрації, строк дії реєстрації регламентує національне законодавство (в Україні, наприклад, він становить 10 років), але його можна продовжувати необмежену кількість разів [4, 602].

Отже, охорона торговельної марки не обмежена в часі за умови її використання або поновлення дії реєстрації (часовий аспект).

Не можуть одержати правову охорону позначення, які зображають 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.

Не можуть одержати правову охорону також позначення, які: як правило, не мають розрізнявальної здатності та не набули такої 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 та 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

природним станом товару чи необхідністю отримання технічного результату, або яка надає товаріві істотної цінності [5].

Звертаємо увагу, що дуже часто поняття захисту й охорони прав безпідставно ототожнюють або протиставляють, однак обидві позиції є хибними. «Охорона» є більш широким поняттям, ніж «захист». Вона являє собою сукупність заходів, спрямованих на забезпечення нормальної реалізації прав, а також на захист прав у випадку їх порушення або оспорювання. Якщо ж розглядати поняття «захист», то слід зазначити, що воно пов'язане не з нормальною реалізацією прав, а лише з конкретним правопорушенням або оспорюванням прав. Таким чином поняття «охорона» і «захист» співвідносяться як ціле і частина.

У більшості країн світу для отримання правової охорони торговельна марка повинна бути зареєстрованою у національному або регіональному державному органі влади. Власник торговельної марки вправі заборонити іншим особам використовувати свою марку або схожі з нею позначення стосовно товарів і послуг, аналогічних чи схожих з його власними, якщо таке використання може призвести до введення споживачів в оману. У багатьох країнах на загальновідомі торговельні марки поширюється такий режим правової охорони, який передбачає заборону їх використання способами, які завдають їм шкоди, ослабляють репутацію або призводять до незаконного вилучення прибутку за рахунок репутації відомої марки.

Міжнародне законодавство в сфері охорони торговельних марок визначає заходи проти так званого «розмивання». Так, володільці відомої торговельної марки «Кодак» виграли справу за позовом проти компанії, що виробляла велосипеди «Кодак». Також виділяють два різновиди «розмивання» торговельної марки: втрату блиску і заплямування репутації.

Однак, міжнародна правова охорона торговельних марок не є досконалою. Серед найбільш поширених проблем цієї охорони можна виділити: відсутність єдиних способів оцінки схожості до ступеня змішування, на відміну від звичайних асоціацій, в контексті порушення прав на торговельну марку; вироблення критеріїв «належного» використання торговельної марки з метою збереження прав на марку; обсягу охорони загальновідомих торговельних марок у разі використання на несхожих товарах [6, 840].

Акцентуємо увагу, що міжнародна правова охорона повинна бути доступною і недорогою, її надання не повинно бути занадто складним, а

механізми захисту відповідних прав у примусовому порядку мають відповідати критеріям ефективності.

Таким чином, на підставі вищевикладеного, вважаємо, що правова охорона торговельної марки за своєю сутністю характеризується як сукупність правових заходів, способів та методів, які націлені на забезпечення нормальної реалізації прав на торговельну марку відповідно до волевиявлення її власника або законного користувача, а також на захист вказаних прав у випадку їх порушення або оспорювання.

Законодавство України у сфері правової охорони торговельних марок потребує оновлення та вдосконалення. Зокрема, наявним прикладом недосконалості є вживання різних термінів – «торговельна марка» та «знак для товарів та послуг». Доцільно привести національне законодавство України у відповідність з міжнародними стандартами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Немеш, П.Ф. Поняття співвідношення правової охорони і правового захисту торговельних марок [Текст] / П.Ф. Немеш // Часопис Київського університету права. – 2010. – № 3. – С. 207-209.
2. Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14.04.1891 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
3. Протокол до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків від 28.06.1989 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
4. Цивільне право України [Текст]: [Підручник]: [у 2-х кн.] / О.В. Дзера (керівник авт. кол.), Д.В. Батрова, А.С. Довгерт та ін. За ред. О.В. Дзери, Н.С. Кузнецової. – К.: Юрінком Інтер, 2002 – 719 с.
5. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг. Закон України від 15.12.1993 № 3689-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
6. Рудник, Т. В., Закорецька Г.В. Правова охорона торговельних марок [Текст] / Т. В. Рудник, Г. В. Закорецька // Форум права. – 2012. – № 1. – С. 840-844