

ПРАВОВЕ ЗНАЧЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК ДЛЯ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРУ

Сіліна Марина Димитрівна

Студентка 2-го курсу факультету соціології і права НТУУ «КПІ»

Науковий керівник :

Бежвець А.М., старший викладач кафедри адміністративного, фінансового і господарського права факультету соціології і права НТУУ «КПІ»

На сьогоднішній день торговельна марка є необхідним елементом ринкових відносин у світі, визначальним фактором підвищення конкурентоспроможності і засобом захисту від недоброякісної продукції. В зв'язку з цим, вирішення правових проблем у сфері торговельних марок, як засобів індивідуалізації продукції, є дуже актуальним питанням, зокрема в період утвердження в українській економіці ринкових засад.

Українське законодавство про торгівельні марки перебуває у процесі розробки. Необхідність удосконалення законодавства щодо визначення норм, пов'язаних зі змістом майнових прав інтелектуальної власності на торговельну марку, визначає актуальність даної проблеми.

В статті 492 Цивільного кодексу України закріплено термін «торговельна марка» [2], а в Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» – термін «знак для товарів і послуг» [3]. В побуті, а також у засобах масової інформації паралельно з даним визначенням часто використовують інші терміни. Найчастіше замість терміна «торговельна марка» вживають терміни «товарний знак» та «торгова марка», а також в якості рівноцінних синонімів терміна «торговельна марка» іноді застосовують і такі терміни, як «знак для товарів та послуг», «фірмова марка», «торговий знак», «фабрична марка», «фабричний знак». Безумовно, така ситуація є проблемною. Довільне застосування термінології, що може призвести до підміни одних термінів і понять іншими, ускладнює сприйняття і адекватне трактування спеціальної та ділової інформації й літератури.

В оригінальному тексті Паризької конвенції йдеться про фабричну чи торговельну марку (*une marque de fabrique ou de commerce*) [1]. Власне термін «торговельна марка» має англійське походження («trade» – торговельна і

«mark» – марка, знак, позначка) і в словосполученні може перекладатись як «торговельна марка», а також «торгова марка» [4, с. 425-426]. Тобто, поняття «торговельна марка» в українському законодавстві є синонімом поняття «знак для товарів і послуг», водночас як світова спільнота стосовно знаків, якими позначають товари, традиційно використовує термін «товарний знак». Поняття «торговельна марка» в контексті Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» – це «позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб» [3]. Визначення торговельної марки як позначення, що слугує для індивідуалізації товарів (послуг), є загальноприйнятим світовим загальом, оскільки, відповідно до Паризької конвенції про охорону промислової власності, «товарний знак» визначається як «знак, що слугує для того, щоб відрізнити продукцію одного підприємства від продукції інших». Тобто, торговельна марка не існує відокремлено; її позначення повинне застосовуватися невід’ємно відносно товарів (предметів) або послуг (процесів).

Поняття «товар» можна визначити відповідно до Закону України «Про захист економічної конкуренції» як будь-який предмет господарського обороту, в тому числі продукція, роботи, послуги [5]. Таким чином, торговельна марка складається із сукупності позначення та предметів господарського обігу, щодо яких її використовують. Слід також зазначити, що в українському законодавстві існують поняття «знак» і «зареєстрований знак», якими визначені їх юридичне і функціональне розуміння. І якщо торговельна марка (знак для товарів і послуг) у функціональному розумінні – це позначення, за яким відрізняють товари й послуги одних осіб від однорідних товарів і послуг інших осіб, то в юридичному сенсі торговельна марка – це знак, зареєстрований у встановленому законом порядку.

Враховуючи спрямованість Української держави до гармонізації національного законодавства в сфері охорони права інтелектуальної власності із законодавством країн Європейського Союзу і Світової організації торгівлі, необхідно розробити нові теоретичні і практичні підходи до проблеми охорони права на торговельну марку в рамках жорстких стандартів і норм щодо охорони

та забезпечення належного захисту прав на марки, визначених, зокрема, в Директивах Ради ЄС. Тобто, у національному законодавстві необхідно узгодити вживання різних термінів на позначення одного поняття, інакше це спричинить термінологічні помилки або юридико - технічну недосконалість законодавства. Для узгодження вживання різних термінів у законодавстві України на позначення одного і того ж поняття пропонується врахувати те, що в українській мові поняття «знак» є родовим до поняття «марка» і, відповідно, - видовим до поняття «знак» стосовно товарів і послуг, тому у законодавстві логічно застосувати поняття знак для товарів і послуг, а не торговельна марка.

Таким чином, торговельна марка являється визначальним різновидом товарних позначень, що слугує для ідентифікації товару в залежності від його походження або ж із позиції певного стандарту якості. Дане комерційне позначення характеризується новизною і розпізнавальною здатністю; воно не може бути помилковим та суперечити принципам моралі та гуманності, інтересам держави та суспільства, міжнародним угодам.

Список використаних джерел

1. Паризька конвенція з охорони промислової власності від 20 березня 1883 року // Зібрання чинних міжнародних договорів України 1990 р., № 1, стор. 320
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, NN 40-44, ст.356
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» від 15.12.1993 № 3689-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – Ст. 36.
4. Новий англо-український, українсько-англійський словник: 50 тисяч слів та словосполучень / уклад.: Н.М. Биховець [та ін.]; за ред. Ю.О. Жлуктечка, Н.М. Биховець. – К.: А.С.К., 2002. – 465 с.
5. Закон України «Про захист економічної конкуренції» N 2210-III, 11.01.2001 // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, N 12, ст.64