

## **ПРАВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**

**Черняков В.В.**

*магістрант,*

*Сумський державний університет*

### **ЗАСОБИ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ, ТОВАРІВ І ПОСЛУГ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА**

Швидкі технологічні зміни у світі зумовлюють постійне зростання попиту на права засобів індивідуалізації товарів і послуг. На цьому наголосив Генеральний директор Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) Френсіс Гаррі, звернувшись до учасників 59-ї серії засідань Асамблей держав-членів ВОІВ у Женеві [3]. Окремі питання про засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг у цивільному праві України досліджено у працях вітчизняного вченого А. Кодинця [2] та інших науковців.

Враховуючи актуальність проблеми, ставимо за мету публікації уточнення та розмежування понять «комерційні найменування», «торговельні марки» та «географічні зазначення» як засобів індивідуалізації товарів і послуг в юридичній літературі.

Аналіз фахової літератури та наукових розвідок А. Кодинця дав можливість стверджувати, що в системі права інтелектуальної власності виокремився інститут, який в юридичній літературі називають правовими засобами індивідуалізації товарів, послуг та учасників цивільного обігу. У контексті окресленої теми важливим завданням постає дослідження термінології засобів індивідуалізації, а також уточнення та розмежування основних понять «комерційні найменування», «торговельні марки» та «географічні зазначення».

На підставі історично-порівняльного дослідження термінології, встановлено, що ЦК України нормативно оформив зміну найменування всіх засобів індивідуалізації – об'єктів інтелектуальної власності. Аналіз структури засобів індивідуалізації дозволяє визначити їх видові елементи (комерційні найменування, торговельні марки та географічні зазначення), та різновиди (наприклад, індивідуальні та колективні торговельні марки). Елементи системи засобів індивідуалізації вітчизняні дослідники характеризують за ознаками: 1) об'єктом

ідентифікації; 2) формою вираження; 3) колом суб'єктів, які мають право на їх використання; 4) суб'єктивним складом [2; 4].

Як зазначалося вище до правових засобів індивідуалізації товарів, послуг та учасників цивільного обігу за законодавством України належать такі об'єкти права інтелектуальної власності:

- 1) комерційне (фірмове) найменування;
- 2) торговельна марка (знак для товарів і послуг);
- 3) географічне зазначення.

Спільною рисою, що поєднує вказані об'єкти і водночас відрізняє їх від інших об'єктів права інтелектуальної власності, є їхнє призначення. Вони індивідуалізують товари, послуги та учасників цивільного обігу.

Уточнимо зміст зазначених вище засобів індивідуалізації товарів та послуг. Термін «комерційне найменування» є новим для законодавства України про інтелектуальну власність. За чинним раніше законодавством цей інститут називався «фірмове найменування» або «фірма». Згідно з результатами досліджень вітчизняних науковців В. Кравець, В. Олюха комерційним (фірмовим) найменуванням вважається найменування, під яким особа здійснює свою діяльність у цивільному обороті і яке індивідуалізує цю особу серед інших його учасників [4]. У довідникових джерелах, наукових розвідках комерційне найменування тлумачиться як оригінальне позначення юридичної особи, що займається підприємництвом, яке дозволяє її вирізнити серед інших осіб [6].

Ще одним засобом індивідуалізації товарів та послуг є торговельна марка. На сучасному етапі у законодавстві та практиці вживаються різні терміни на позначення поняття торговельної марки. Найбільш поширеними є терміни «товарний знак», «торговельна марка», «знак для товарів і послуг», «торговий знак», «логотип», «торгова марка». Поняття «торговельна марка» міститься у ЦК України. Під торговельною маркою розуміють згідно зі ст. 492 ЦК України будь-яке позначення або будь-яку комбінацію позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами [5]. Об'єктом знака може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, у тому числі власні імена, літери, цифри, зображувальні елементи, кольори та комбінації кольорів, а також будь-яка комбінація таких позначень. Відповідно до п. 1.4. Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг знак може бути звуковим, світловим, а також кольором чи поєднанням кольорів тощо. Такі знаки реєструються за наявності технічної можливості внесення їх до Реєстру та оприлюднення інформації щодо їх реєстрації.

Географічне зазначення походження товару – 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 цього географічного місця природними умовами чи людським фактором або поєднанням цих природних умов і людського фактору. До позначень, що індивідуалізують виробника, продукцію, належать географічні зазначення. Вони є своєрідною прив'язкою виробника до місця виготовлення товару. Згідно з інформацією представленою у Законі України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» зазначення поділяють на два види: просте зазначення походження товарів; кваліфіковане зазначення походження товарів.

Просте зазначення походження товару – будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару. Ним може бути і назва географічного місця, яка вживається для позначення товару або як складова частина такого позначення. Кваліфіковане зазначення походження товару – термін, що охоплює (об'єднує) такі терміни: назва місця походження товару; географічне зазначення походження товару.

Слід додати, що на сьогоднішній день дискусійними постають питання, пов'язані із використанням засобів індивідуалізації суб'єктів господарювання та вирішення проблем правозастосування.

### **Список використаних джерел:**

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18–22. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page>

2. Кодинець А.О. Засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг у цивільному праві України: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. юрид. наук, спец.: 12.00.03. Київ, 2006. – С. 10.

3. Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р. – Женева: Всесвітня організація інтелектуальної власності, 1990. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_123](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_123)

4. Право інтелектуальної власності (у запитаннях і відповідях): навч. посіб. / В.Р. Кравець, В.Г. Олюха. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 264 с.

5. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

6. Фірмове (комерційне) найменування // Юридична енциклопедія : [в 6-ти т.] / ред. кол. Ю.С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.] – К. : Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2004. – Т. 6 : Т – Я. – 768 с. – ISBN 966-7492-06-0.