

7. ТОВАРНИЙ ЗНАК

Правова охорона фірмових найменувань

Поняття й ознаки фірмового найменування. У юридичній літературі фірмою найчастіше називається те найменування, під яким підприємець виступає в цивільному обороті, і яке індивідуалізує цю особу серед інших учасників обороту.

Найменування підприємця повинне правдиво відображати його правове положення і не вводити в оману інших учасників цивільного обороту. У цьому зв'язку ведучим принципом є принцип істинності фірми. Фірмове найменування повинне містити відповідну до дійсності вказівку на організаційно-правову форму підприємства (казенне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, відкрите акціонерне товариство тощо), його тип (державне, муніципальне, приватне), профіль діяльності (виробниче, наукове, комерційне тощо), особистість власника тощо. Положення про фірму забороняє включати у фірмове найменування позначення, здатні ввести в оману.

Фірмове найменування повинно мати особливі ознаки, які б не допускали змішання однієї фірми з іншої. Цим зумовлено принцип винятковості фірми, відповідно до якого фірмове найменування повинне бути новим і відмінним від уже використовуваних найменувань.

Не виключається використання учасниками обороту і цілком співпадаючих фірмових найменувань, якщо це не призводить до колізії їхніх інтересів і не вводить в оману третіх осіб.

Найменування підприємця не повинне збігатися також із належними третім особам товарними знаками і найменуваннями місць походження товарів.

Прийнято виділяти дві частин фірменного найменування – основну, котра іменується корпусом фірми, і допоміжну, котра іменується додаваннями. Корпус фірми, який є обов'язковою частиною усякого фірмового найменування, дає вказівки на організаційно-правову форму підприємства, його тип і предмет діяльності, а в деяких випадках і на інші його характеристики. Так, фірмове найменування акціонерного товариства обов'язково повинне містити вказівку на те, що товариство є акціонерним; фірмове найменування підприємства, заснованого на праві оперативного керування, повинне вказувати на те, що підприємство є казенним тощо. До корпусу фірми додається допоміжна частина, елементи якої підрозділяються на обов'язкові і факультативні.

Промислова власність

Окремі слова і словосполучення можуть включатися до складу фірмових найменувань тільки при дотриманні визначених умов. Підприємства, установи й організації, які мають намір використовувати ці найменування, слова, словосполучення у своїх назвах як ім'я власне, повинні одержати на це попередню згоду уряду, а в наступному – сплачувати за це спеціальний збір у процентному співвідношенні від обороту, що зараховується в республіканський бюджет. Використовувати у своєму фірмовому найменуванні слово «банк» і похідні від нього слова і словосполучення мають право тільки ті організації, що мають ліцензію на здійснення банківської діяльності. Аналогічне правило містить Закон «Про товарні біржі і біржову торгівлю» щодо умови використання найменувань «біржа», «товарна біржа» і утворених на їхній основі слів і словосполучень.

Фірмове найменування повинно бути виражене українською мовою, хоча б як спеціальне найменування і використовувалося іноземне слово. В останньому випадку на розсуд підприємства воно або дається в перекладі на українську мову, або записується у виді транслітерації буквами українського алфавіту.

Суб'єкти права на фірмове найменування. Власниками фірм можуть бути тільки комерційні юридичні особи. Це, однак, не звільняє від необхідності більш детального його розгляду, оскільки деякі аспекти проблеми вимагають уточнення.

Фірмовим найменуванням можуть скористатися тільки організації, але не громадяни.

Надання індивідуальному підприємцю права на користування особливим фірмовим найменуванням є зайвою мірою, тому що його індивідуалізація цілком забезпечується тим, що він виступає в ньому під своїм власним ім'ям. Якщо імена індивідуальних підприємців цілком збігаються, і це дійсно створює труднощі для них самих чи третіх осіб, чинне законодавство надає чимало можливостей для виходу із ситуації, що створилася.

Серед організацій право на фірмове найменування мають тільки ті з них, у яких є статус юридичної особи. Це означає, що інші організаційні утворення, зокрема, просте товариство, тобто об'єднання осіб, зв'язаних один з одним лише договором про спільну діяльність, не можуть виступати в обороті під особливим фірмовим найменуванням. Не володіють власними фірмовими найменуваннями також представництва і філії юридичних осіб й інші їхні відособлені підрозділи (цеха, відділення, ділянки тощо). Усі вони повинні виступати в обороті не від власного імені, а від імені їхньої юридичної особи, що їх утворила, і, відповідно, користуватися його фірмовим найменуванням.

Щоб мати право на фірмове найменування, організація повинна не тільки мати статус юридичної особи, але і відноситися до числа комерційних організацій.

Зміст права на фірмове найменування. Сутність права на фірмове найменування полягає в гарантії для юридичної особи можливості виступати в цивільному обороті під власним фірмовим найменуванням. Наданням такої можливості забезпечує охоронюваний законом інтерес учасника обороту в належній індивідуалізації його діяльності на ринку товарів, робіт і послуг.

Здобуваючи і здійснюючи права і обов'язки під своїм фірмовим найменуванням юридична особа реалізує можливість на індивідуалізацію своєї участі в обороті.

Конкретні форми реалізації права на фірмове найменування досить різноманітні. Під своїм фірмовим найменуванням юридична особа робить цивільно-правові угоди та інші юридичні дії, здійснює особисті немайнові права, захищає свої порушені права, чи права що заперечуються тощо. Володар фірмового найменування має право розташовувати своє фірмове найменування на вивісках, бланках, рахунках, прейскурантах тощо. Фірмове найменування може використовуватися в різноманітних публікаціях рекламного характеру, оголошеннях, анотаціях тощо.

Володар фірмового найменування має право очікувати від усіх третіх осіб стримування від будь-яких дій, пов'язаних з неправомірним використанням приналежного йому фірмового найменування (негативна сторона права на фірмове найменування). Зрозуміло, під використанням фірмового найменування третіми особами в даному випадку розуміються ті чи інші форми незаконного виступу в обороті під чужим фірмовим найменуванням.

Фірмове найменування не повинно спотворюватися, зокрема, створювати у публіки неправильне уявлення про організаційно-правовий статус юридичної особи.

У даний час в Україні існують сотні підприємств, що мають цілком співпадаючі фірмові найменування. Переважна більшість з них, діючи в різних сферах бізнесу і на різних територіях, ніколи друг про друга навіть не чули. Якщо виходити з того, що таке положення неприпустиме і право на конкретне фірмове найменування може мати тільки одну юридичну особу, слід вирішити, як вийти з цієї ситуації.

У реальному житті це неможливо здійснити хоча б у силу елементарної обмеженості кола тих спеціальних найменувань, що входять в охоронюваний законом фірмові найменування, та величезного числа підприємств. Навряд чи в подібній забороні існує і практична необхідність, оскільки

Промислова власність

переважна більшість однойменних підприємств діє в зовсім різних сферах бізнесу і територіальних межах, що не створює великої небезпеки їхнього змішання іншими учасниками обороту і споживачами.

Право на фірмове найменування відноситься до числа абсолютних прав, тобто таких прав, що діють у відношенні всіх третіх осіб, зобов'язаних утримуватися від порушення прав, наданих їх власникам.

Істотною особливістю права на користування фірмовим найменуванням є те, що одночасно воно виступає і як обов'язок юридичної особи. Іншими словами, юридична особа не тільки вправі виступати в цивільному обороті під власним фірмовим найменуванням, але і зобов'язана це робити. З цією метою юридичні особи повинні користуватися своїми точними і повними фірмовими найменуваннями, що відповідають вимогам діючого законодавства.

Особливість права на фірмове найменування визначає можливість юридичної особи володіти лише одним фірмовим найменуванням.

Право на фірмове найменування охороняється на всій території України, а також у відповідності до ст. 8 Паризької конвенції з охорони промислової власності у всіх країнах, що є учасницями даної конвенції.

Право на фірмове найменування виникає в юридичної особи з того моменту, коли починається її фактичне використання, тобто коли юридична особа у встановленому порядку зареєстрована як суб'єкт підприємницької діяльності. Особлива реєстрація фірмових найменувань необхідна, більш того, вона повинна носити обов'язковий характер, але при цьому не мати правостановлюючого значення. Реєстрація фірмових найменувань може здійснюватися як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні залежно від того, який з варіантів більш економічний і підкріплений у технічному відношенні.

Право на фірмове найменування є в принципі невідчужуваним. На відміну від інших об'єктів промислової власності, що, як правило, можуть вільно передаватися іншим особам на договірній основі, фірмове найменування не може бути продано, передано чи безоплатно іншим способом відчужено третім особам.

Право на фірмове найменування може бути передано іншій особі одночасно з передачею самого підприємства.

Закон не забороняє і того, щоб користувач за згодою правоутримувача використовував фірмове найменування останнього в якості свого власного фірмового найменування. Однак для цього відповідне фірмове найменування повинно бути внесене в установчі документи користувача з усіма наслідками, що звідси випливають. У договорі визначається, у якій сфері діяльності і яким чином користувач може використовувати фірмове найменування правоутримувача.

Договір комерційної концесії фірмового найменування може укладатися на будь-який обумовлений сторонами термін або безтерміново. У випадку, якщо в трирічний термін з моменту припинення договору правоутримувач побажає надати кому-небудь ті ж права, які були надані користувачу за припиненням договором, він зобов'язаний запропонувати користувачу укласти новий договір або відшкодувати понесені їм збитки.

Договір комерційної концесії фірмового найменування припиняється у випадку припинення приналежних правоутримувачу прав на фірмове або комерційне найменування чи позначення без заміни їх новими аналогічними правами.

У випадку зміни правоутримувачем свого фірмового найменування чи комерційного позначення, права на використання яких входять у комплекс виключних прав, договір комерційної концесії фірмового найменування діє у відношенні нового фірмового найменування чи комерційного позначення правоутримувача, якщо користувач не зажадає скасування договору і відшкодування збитків.

Реорганізація юридичних осіб може відбуватися в декількох формах, зокрема шляхом перетворення, злиття, приєднання, поділення і виділення. Кожна з названих форм реорганізації робить свій вплив на праволодіння фірмовим найменуванням.

При злитті і приєднанні юридичних осіб відбувається з'єднання прав і обов'язків, що реорганізують юридичних осіб у єдине ціле, власником якого стає або знову виникла юридична особа (злиття), або одна з реорганізованих юридичних осіб (приєднання).

При поділі юридичних осіб право на користування колишнім фірмовим найменуванням може бути визнане за кожним з утворених знову юридичних осіб, якщо тільки це не вводить в оману інших учасників обороту і споживачів. Питання про те, за ким конкретно зберігається право на фірмове найменування, зважається самими особами, що беруть участь у реорганізації.

При виділенні зі складу юридичної особи одного чи декількох юридичних осіб, наприклад, перетворення філії чи представництва в самостійну юридичну особу, вони за загальним правилом повинні обрати для себе нове фірмове найменування, тому що колишнє фірмове найменування зберігається за тією юридичною особою, зі складу якої вони виділилися.

Право на фірмове найменування діє безстроково і належить юридичній особі протягом усього періоду його діяльності. Тому за загальним правилом дане право припиняється одночасно з ліквідацією самої юридичної особи.

Промислова власність

Правова охорона товарних знаків, знаків обслуговування і найменувань місць походження товарів

Поняття й ознаки товарного знака, знака обслуговування і найменування місця походження товару.

а) Товарний знак. Чинне законодавство визначає товарний знак як позначення, здатне відрізнити товари одних юридичних чи фізичних осіб від однорідних товарів інших юридичних чи фізичних осіб. Насамперед товарним знаком визнається умовна позначка, свого роду символ, що міститься на продукції, що випускається, її упакуванню чи супровідній документації, і заміняє собою часом довгу і складну назву (найменування) виготовлювача товару.

Те чи інше позначення може бути визнано товарним знаком лише в тому випадку, якщо воно дозволяє споживачеві без особливої праці впізнати потрібну йому продукцію і не поплутати її з аналогічною продукцією інших виробників. Тому необхідною умовою правової охорони товарного знака є його новизна.

З погляду діючого законодавства новими будуть вважатися лише такі умовні позначки товарів, що за своїм змістом не є тотожними чи подібними до ступеня змішання з:

1) товарними знаками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію на ім'я іншої особи у відношенні однорідних товарів;

2) товарними знаками інших осіб, охоронюваними без реєстрації в силу міжнародних договорів, зокрема, так званими загальновідомими товарними знаками;

3) фірмовими найменуваннями (чи їхньою частиною), що належать іншим особам, які одержали право на ці найменування раніше надходження заявки на товарний знак у відношенні однорідних товарів;

4) найменуваннями місць походження товарів, охоронюваними, крім випадків, коли вони включені як неохоронюваний елемент у товарний знак, зареєстрований на ім'я особи, що має право на користування таким найменуванням.

Ознака новизни тісно зв'язана з поняттям пріоритету. Новизна товарного знака визначається за датою пріоритету, що, у свою чергу, встановлюється за загальним правилом за датою надходження правильно оформленої заявки на реєстрацію товарного знака в Патентне відомство. Поряд з цим пріоритет товарного знака може встановлюватися за датою подання першої заявки на товарний знак у закордонній країні-учасниці Паризької конвенції з охорони промислової власності (конвенційний пріоритет), якщо в Патентне відомство заявка надійшла протягом 6 місяців із зазначеної дати.

Пріоритет товарного знака, розміщеного на експонатах офіційних чи офіційно визнаних міжнародних виставок, організованих на території однієї з країн-учасниць Паризької конвенції з охорони промислової власності (виставочний пріоритет), може встановлюватися за датою початку відкритого показу експоната на виставці, якщо в Патентне відомство заявка на товарний знак надійшла протягом 6 місяців із зазначеної дати. Нарешті, пріоритет товарного знака може встановлюватися за датою міжнародної реєстрації товарного знака відповідно до міжнародних договорів.

У словесних товарних знаках рекомендується звертати увагу на початок і кінець складів, число складів, послідовність голосних і приголосних букв; в образотворчих товарних знаках – на образотворчі мотиви; у комбінованих позначеннях – на сприйняття образотворчих і словесних елементів як у сукупності, так і окремо.

Позначення може вважатися товарним знаком лише тоді, коли воно у встановленому законом порядку зареєстроване.

Товарні знаки варто відрізнити від деяких інших подібних з ними об'єктів промислової власності. Так, найбільш подібні до товарних знаків фірмові найменування. Труднощі їхнього розмежування виникають звичайно тоді, коли має місце частковий збіг окремих елементів фірмового найменування і товарного знака того самого чи різних користувачів.

На відміну від фірмового найменування товарний знак може існувати не тільки в словесній, але і в іншій формі, зокрема, образотворчій, комбінованій тощо. Крім того, товарний знак проходить державну реєстрацію, носить терміновий характер і може бути переданий за договором іншим користувачам.

Не можна змішувати товарний знак з промисловим зразком. Останній є складовою частиною самого промислового виробу (форма, колір, малюнок виробу); товарний же знак (слово, малюнок) лише проставляється на виробі.

Товарний знак дуже схожий за виконуваними функціями з виробничою маркою, оскільки і маркування продукції, що випускається, і проставлення на ній товарного знака, переслідують, зокрема, ту саму мету, а саме пов'язують виріб з конкретним виробником, забезпечуючи споживачу можливість вибору потрібної йому продукції. Однак розв'язується ця задача різними шляхами: при маркуванні продукції до потенційного споживача доводяться в повному обсязі всі необхідні відомості про виробника і характеристики товару, а при проставленні на виробі товарного знака споживач повідомляється про виготовлювача умовною позначкою.

Промислова власність

б) *Знак обслуговування.* Знаком обслуговування визнається позначення, здатне відрізнити послуги одних юридичних чи фізичних осіб від однорідних послуг інших юридичних чи фізичних осіб. Закон «Про товарні знаки, знаки обслуговування і найменування місць походження товарів» пред'являє до знаків обслуговування такі ж вимоги, які пред'являються до товарних знаків.

Розходження між ними проходить лише за об'єктом маркування: якщо товарні знаки індивідуалізують і рекламують товари визначених виробників, то знаки обслуговування призначені для розрізнення однорідних послуг, що надаються різними особами. Слід однак відзначити, що на практиці зазначене розходження також нерідко стирається, оскільки той самий знак може бути зареєстрований на ім'я конкретного власника і за класом товарів, і за класом послуг. Як приклад можна привести можливість одночасної реєстрації позначення за класом товарів «Хімічні речовини промислового призначення» (клас 1) і за класом послуг «Дослідження в області хімії» (клас 42) тощо. Тому на практиці формальним критерієм для віднесення позначення до товарних знаків чи до знаків обслуговування служить вибір конкретного класу (індексу) Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації знаків. Для реєстрації позначення як знака обслуговування позначення повинно бути заявлене для одного чи декількох класів послуг: клас 35 – «Реклама», клас 36 – «Страхування і фінансування», клас 37 – «Будівництво і ремонт», клас 38 – «Зв'язок», клас 39 – «Транспортування і збереження», клас 40 – «Обробка матеріалів», клас 41 – «Освіта і розваги», клас 42 – «Різне». Знаки обслуговування, зареєстровані для того чи іншого класу послуг, охороняються лише в межах видів послуг даного класу.

в) *Найменування місця походження товару.* Найменування місця походження товару – це назва країни, населеного пункту, місцевості чи іншого географічного об'єкта, використовуване для позначення товару, особливі властивості якого винятково чи головним чином визначаються характерними для даного географічного об'єкта природними умовами чи людськими факторами або природними умовами і людськими факторами одночасно.

Конкретний спосіб вказівки на місце походження товару може бути будь-яким, важливо лише, щоб позначення асоціювалося у споживачів з визначеним місцем походження товару.

Не визнається найменуванням місця походження товару позначення, яке хоча і являючи собою або маюче у собі назву географічного об'єкта, але ввійшло в Україні у загальне вживання як позначення товару відомого виду, не пов'язане з місцем його виготовлення.

На відміну від товарного знака і знака обслуговування до найменування місця походження товару не вимагається новизни, тому що назви географічних об'єктів, які включаються в позначення товарів, не є новими.

Другою специфічною ознакою найменування місця походження товару, як специфічного об'єкта правової охорони, є зв'язок позначення товару з його особливими властивостями, що визначаються характерними для даного географічного об'єкта природними умовами і (чи) людським фактором.

Найменування місця походження товару стає самостійним об'єктом правової охорони лише тоді, коли воно у встановленому законом порядку зареєстровано в Патентному відомстві. У цій своїй якості найменування місця походження товару нічим не відрізняється від інших об'єктів промислової власності, права на які з'являються у користувачів тільки з моменту державної реєстрації.

Найменування місця походження товару дуже подібно з товарним знаком і знаком обслуговування. Вони збігаються за виконуваними функціями і в багатьох випадках практично нерозрізнені за своєю зовнішньою формою, оскільки як товарні знаки часто використовуються назви географічних об'єктів. Їхнє основне розходження полягає в тому, що товарний знак, на відміну від найменування місця походження товару, покликаний зв'язувати властивості і якості товару з конкретним його виробником, а не особливими властивостями географічного середовища місця виробництва товару.

Ще більш близькими один до одного є найменування місця походження товару і вказівка походження.

На сьогодні українське законодавство не розглядає вказівку походження як самостійний об'єкт інтелектуальної власності. Ті заходи боротьби проти помилкових вказівок походження, що повинні забезпечити Україна як учасник Паризької конвенції, передбачаються українським законодавством про припинення несумлінної конкуренції.

Під вказівкою походження зазвичай розуміються всі висловлення чи всі знаки, використані для того, щоб показати, що даний продукт (чи послуга) зроблені визначеною країною чи групою країн, у конкретному районі чи іншому визначеному місці. Порівнюючи вказівку походження з найменуванням місця походження товару, можна знайти як риси подібності, так і відмінності між ними. Загальним для них є те, що обоє вони прямо чи побічно вказують на країну чи місцевість, відкіля є походженням товар. Однак, якщо вказівка походження обмежується тільки даною інформацією, то найменування місця

Промислова власність

походження товару свідчить ще і про те, що позначений їм товар має особливі властивості, які залежать від природних і (чи) людських факторів, властивих конкретній країні чи місцевості. Крім того, якщо вказівка походження може бути виражена в будь-якій формі, у тому числі образотворчої, наприклад, у вигляді використання силуетів Адміралтейства чи Петропавлівської фортеці стосовно до Санкт-Петербурга, то як найменування місця походження товару може виступати лише назва відповідного географічного об'єкта.

Види товарних знаків. За формою свого вираження товарні знаки можуть бути словесними, образотворчими, об'ємними, комбінованими та іншими.

При реєстрації словесних товарних знаків охороняється не тільки саме слово чи словосполучення, але і їхнє шрифтове рішення.

Образотворчі товарні знаки – це позначення у виді різноманітних значків, малюнків, орнаментів, символів, зображень тварин, птахів, усіляких предметів тощо. Хоча їхня ефективність порівняно з словесними товарними знаками оцінюється нижче, у Росії, наприклад, на їхню долю припадає до 70 % усіх вітчизняних товарних знаків.

Об'ємні товарні знаки являють собою зображення товарного знака в трьох вимірах – його довжині, висоті і ширині. Предметом об'ємного товарного знака може бути або оригінальна форма виробу, наприклад, форма сфери, кульки, пігулки тощо, або його упакування, наприклад, оригінальна форма пляшки для напою чи флакона для парфумів.

Комбіновані товарні знаки поєднують у собі елементи названих вище знаків. Найчастіше такі знаки являють собою сполучення малюнка і слова, малюнка і букв, малюнка і цифр, слів і цифр тощо. Часто зазначені сполучення несуть у собі навантаження якимось змістом, а використані елементи взаємно доповнюють і пояснюють один одного.

Крім приведених видів товарних знаків, законодавство допускає до реєстрації й інші позначення товарів та послуг, зокрема, звукові, світлові, нюхові позначення. На сьогодні подібні товарні знаки реєструються в основному на ім'я іноземних користувачів, тому що у вітчизняній практиці вони поширення не одержали.

Залежно від числа суб'єктів, що мають право на користування товарним знаком, варто розрізняти індивідуальні і колективні товарні знаки. Індивідуальний товарний знак – це позначення, зареєстроване на ім'я окремої юридичної чи фізичної особи, що займається підприємницькою діяльністю. Колективним товарним знаком є товарний знак союзу, господарської асоціації чи іншого добровільного об'єднання підприємств (далі – об'єднання), призначений для позначення товарів,

що випускаються чи реалізуються ними, та мають єдині якісні чи інші загальними характеристиками. Колективний товарний знак повинен відповідати усім вимогам, що висуваються до індивідуальних товарних знаків.

За ступенем популярності товарні знаки підрозділяються на звичайні і загальновідомі. У якості звичайних товарних знаків виступають будь-які нові оригінальні позначення товарів, що відповідають усім критеріям охороноздатності. Загальновідомим товарним знаком визнається таке позначення, що відомо широкому колу споживачів завдяки його використанню для позначення визначених товарів. Питання про те, чи є товарний знак на території України загальновідомим чи ні, зважається Патентним відомством, а у випадку виникнення суперечки – судовими органами.

Найменування місць походження товарів відрізняються меншою розмаїтістю своїх форм і видів. Із самої сутності даного об'єкта промислової власності випливає, що він може бути виражений лише в словесній формі. Це може бути назва країни (Український), населеного пункту (Київський), місцевості (Чорноморський) чи іншого географічного об'єкта (Карпатський), які, у свою чергу, можуть бути офіційними (Санкт-Петербурзький) чи неофіційними (Пітерський), повними (Санкт-Петербурзький) чи скороченими (Петербурзький), сучасними (Петербурзький) чи історичними (Ленінградський).

Позначення, не визнані товарними знаками, знаками обслуговування і найменуваннями місць походження товарів. Позначення, що заявляються як знаки охорони, повинні мати розпізнавальну здатність, оскільки тільки за цієї умови вони можуть виконувати покладені на них функції. Не реєструються як товарні знаки, знаки обслуговування і найменувань місць походження товарів позначення, які у силу тих чи інших обставин такою здатністю не наділені. Іншою загальною підставою для відмови в реєстрації позначення виступає необхідність охорони суб'єктивних прав і законних інтересів третіх осіб, яким може бути нанесена шкода у випадку закріплення за заявником прав на позначення, що заявляється. Причиною відмови в реєстрації можуть виступати розуміння охорони публічного порядку і суспільних інтересів, що хоча і не персоніфіковані стосовно до окремих осіб, але носять цілком конкретний характер.

Позначення, визнання яких товарними знаками може завдати шкоди третім особам, відносяться до групи позначень, не зареєстрованих на інших підставах.

Промислова власність

До позначень, не зареєстрованих як товарні знаки у розумінні охорони публічного порядку і суспільних інтересів, відносяться:

1) позначення, що є помилковими чи здатними ввести в оману споживачів щодо товару чи його виготовлювача. Не підлягають, зокрема, реєстрації знаки, що містять вигадані дату заснування фірми чи ім'я її засновника, помилкові відомості про якості чи властивості товару, місці його походження тощо;

2) позначення, що суперечать за своїм змістом суспільним інтересам, принципам гуманності і моралі. До цієї категорії знаків відносяться, зокрема, малюнки порнографічного характеру, образливі написи, що мають мілітаристські чи расистські заклики і гасла тощо.

До позначень, що не можуть бути зареєстровані як товарний знак через те, що це порушувало б права і законні інтереси третіх осіб, відносяться:

1) позначення, що є тотожними чи подібними до ступеня їхнього змішання з уже охоронюваними на території України товарними знаками, найменуваннями місць походження товару, а також із сертифікаційними знаками, зареєстрованими у встановленому порядку. Наприклад, правом на включення в товарний знак найменувань типу «карпатський», «петербурзький», «карельський», «уральський» і тощо володіють лише заявники, розташовані в даному населеному пункті чи місцевості;

2) позначення, що відтворюють відомі на території України фірмові найменування (чи їхні частини), а також промислові зразки, що належать іншим особам;

3) позначення, що відтворюють назви відомих в Україні добутоків науки, літератури і мистецтва чи персонажі і цитати з них, твори мистецтва чи їхні фрагменти без згоди власника авторського права чи його правонаступників;

4) позначення, що відтворюють прізвища, імена, псевдоніми і похідні від них, портрети і факсиміле відомих осіб без згоди таких осіб, їхніх спадкоємців, відповідного компетентного органа чи вищого законодавчого органа країни, якщо ці позначення є надбанням історії і культури України.

Суб'єкти прав на товарний знак, знак обслуговування і найменування місця походження товару. Товарний знак може бути зареєстрований на ім'я юридичної особи, а також фізичної особи, що здійснює підприємницьку діяльність.

Фізичні особи можуть стати власниками товарного знака, якщо вони займаються підприємницькою діяльністю без утворення юридичної особи.

Чинне законодавство не закріплює авторських прав на товарні знаки за їхніми конкретними розроблювачами. Позначення, які реєструються як товарні знаки, можуть відповідати усім вимогам, пропонованим до об'єктів авторського права. Однак, якщо їхні автори дають згоду на використання створених ними добутоків у якості товарних знаків, вони не здобувають у зв'язку з цим додаткових прав чи переваг.

Право на користування найменуванням місця походження товару надається також як юридичним, так і фізичним особам, незалежно від їхнього громадянства і національної приналежності. При цьому, однак, вони повинні знаходитися в тій країні, населеному пункті, місцевості чи іншому географічному об'єкті, назва яких використовується для позначення товару.

Використання товарного знака, знака обслуговування і найменування місця походження товару. Юридичні і фізичні особи, що зареєстрували на своє ім'я товарний знак (знак обслуговування) чи найменування місця походження товару, здобувають право використовувати їх для позначення відповідних товарів на всій території України. В усіх випадках дане право діє протягом десяти років, починаючи з дати надходження заявки в Патентне відомство. При цьому зазначений термін розглядається законом лише як початковий період охорони, що пов'язується з первинною реєстрацією позначення.

Заява про продовження терміну охорони, один раз на десять років, повинна бути подана власником свідчення протягом останнього року його дії. За клопотанням заявника для продовження терміну дії свідчення йому може бути наданий шестимісячний термін після витікання терміну дії реєстрації за умови сплати додаткового мита.

Заява разом із доданими до нього документами (оригінал свідчення, документ про сплату мита, висновок компетентного органа у відношенні найменування місця походження товару, доручення патентної довірчої особи) розглядається протягом трьох місяців з дати надходження в Патентне відомство. Інформація про продовження терміну дії реєстрації зазначаються у відповідних Державних реєстрах, а також публікується для загального відома в офіційному бюлетені Патентного відомства.

Право на товарний знак є абсолютним і винятковим суб'єктивним правом. Це означає, що тільки його власник має монополію можливість використовувати товарний знак і розпоряджатися їм, а також право забороняти використання товарного знака іншими особами. Інакше кажучи, ніхто не може використовувати охоронюваний в Україні товарний знак без дозволу його власника.

Промислова власність

За власником права на користування найменуванням місця походження товару яких-небудь монопольних прав на даний об'єкт промислової власності не визнається. Закон про товарні знаки виходить з того, що найменування місця походження товару є і так надбанням держави.

Сутність права на користування товарним знаком і найменуванням місця походження товару складається з можливості їхнього необмеженого господарського використання для позначення вироблених і реалізованих ними товарів.

Власник права на користування найменуванням місця походження товару за змістом закону також повинний застосовувати даний об'єкт промислової власності у своїй господарській діяльності. Але на відміну від товарного знака яких-небудь санкцій у виді дострокового припинення права на користування ним чинним законодавством не передбачається.

При використанні товарного знака чи найменування місця походження товару їхні власники можуть проставляти поруч із зазначеними позначеннями попереджувальне маркування, що вказує на те, що застосоване позначення є товарним знаком чи найменуванням місця походження товару. Зазначене маркування виконує як рекламно-інформаційну, так і патентно-правову функції. Крім того, застосування попереджувального маркування, що свідчить про наявність виключних прав на товарний знак і тим самим підтверджує його визначену оригінальність, є додатковим рекламним засобом та власне і товарним знаком, що сприяє підвищенню престижу фірми в очах споживачів її продукції.

Передача прав на товарний знак і знак обслуговування. Власник товарного знака не тільки має виняткове право на його використання, але і може в передбачених законом межах розпоряджатися їм на свій розсуд. Розпорядження товарним знаком відповідно до діючого законодавства охоплює собою поступку товарного знака або надання ліцензії на використання товарного знака.

Умови ліцензійного договору визначаються в цілому самими сторонами. Однак законом уведено дві взаємозалежних обов'язкових умови, а саме, що ліцензійний договір повинен передбачати, що якість товарів ліцензіата буде не нижче якості товарів ліцензіара, і що ліцензіар буде здійснювати контроль за виконанням цієї умови.

Колективні товарні знаки, а також найменування місця походження товару і права на їхнє використання не можуть бути передані іншим особам.

Припинення прав на товарний знак, знак обслуговування і найменування місця походження товару. Стосовно до товарних знаків припинення правової охорони відбувається лише в одній формі, а саме у вигляді анулювання реєстрації товарного знака Патентним відомством.

Казарєзов А. Я., Галь А. Ф.

У відношенні найменувань місця походження товарів закон розрізняє припинення дії реєстрації даного об'єкта промислової власності, з одного боку, і припинення дії свідчення на право його використання, з іншого боку. Підставами анулювання реєстрації найменування місця походження товару можуть служити визнання недійсної реєстрації, якщо реєстрацію було зроблено з порушенням установлених законом вимог, а також зникнення характерних для даного географічного об'єкта умов або неможливості виробництва товару з зазначеними в Реєстрі властивостями.

Свідчення на право користування найменуванням місця походження товару, що належить конкретній юридичній чи фізичній особі, може бути визнано недійсним, якщо воно було видано з порушенням вимог закону, тобто за відсутності необхідних критеріїв охороноздатності, або неналежному суб'єкту тощо.

Крім того, дію свідчення може бути припинено:

- 1) у зв'язку з утратою товаром особливих властивостей, зазначених у Реєстрі у відношенні даного найменування місця походження товару;
- 2) у випадку анулювання реєстрації найменування місця походження товару;
- 3) при ліквідації юридичної особи – власника свідчення;
- 4) на підставі заяви власника свідчення, поданого в Патентне відомство;
- 5) у зв'язку з припиненням терміну дії свідчення.

Припинення дії реєстрації найменування місця походження товару, так само як і дії свідчення на право користування розглянутим об'єктом промислової власності, провадиться шляхом анулювання реєстрації Патентним відомством, що робить це або самостійно (у зв'язку з ліквідацією юридичної особи, закінченням терміну дії свідчення тощо), або спираючись на відповідне рішення Вищої патентної палати (у даний час – суду).