

УДК 347.122

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-9\(23\)-87-101](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-9(23)-87-101)

Стефанишин Наталія Михайлівна кандидатка юридичних наук, доцентка, доцентка кафедри цивільного права навчально-наукового юридичного інституту, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, вул. Т.Шевченка, 44а, м. Івано-Франківськ, 76018, тел.: (098) 748-76-76, <https://orcid.org/0000-0001-6919-2774>

ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТА ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ ТА ЗАКОНОДАВСТВОМ ЄС

Анотація. З метою забезпечення виконання зобов'язань України у сфері європейської інтеграції відповідно до Угоди про асоціацію з ЄС законодавець реформує національне законодавство, що регулює цивільно-правові суспільні відносини, зокрема, відносини в сфері права інтелектуальної власності гармонізуючи його з положеннями міжнародно-правових актів та договорів. Удосконалюються правові норми в сфері права інтелектуальної власності, в тому числі, правові норми, що пов'язані з правовою охороною, реєстрацією та захистом засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг. Для більш кращого розуміння та тлумачення відповідних правових норм, що регулюють відносини пов'язані з реєстрацією та використанням торговельних марок у запропонованій науковій статті ми намагалися визначити та розтлумачити зміст самостійних правових понять – «правова охорона торговельних марок», «правовий захист торговельних марок», «право на захист торговельних марок», адже, від належного правового розуміння правових категорій залежить грамотність застосування правових норм на практиці.

У проведеному дослідженні шляхом аналізу змісту положень національного законодавства та міжнародних договорів авторка приходить до висновку, що «правова охорона торговельних марок», «правовий захист торговельних марок», «право на захист торговельних марок» - різні за змістом правові поняття, які пов'язані з комплексом прав інтелектуальної власності на торговельну марку.

Під правовою охороною торговельних марок слід розуміти сукупність правових заходів, способів та методів, спрямованих на забезпечення нормальної реалізації прав на торговельну марку відповідно до волевиявлення її власника або законного експлуатанта, а також, на захист відповідних прав у

випадку їх порушення або оспорювання. Правова охорона торговельній марці надається з моменту її державної реєстрації і включає в себе правовий захист торговельних марок та право особи на захист прав на торговельну марку.

Правова охорона торговельних марок має важливе значення, оскільки, забезпечує розпізнавальну здатність останніх, що унеможливорює введення в оману споживача та дозволяє індивідуалізувати торговельні марки; дозволяє раціонально використовувати торговельні марки, що забезпечує цінність останніх; забезпечує позитивне сприйняття суспільством тієї чи іншої торговельної марки; створює умови для розширення міжнародної співпраці у сфері товарообігу; створює належні умови для залучення інвестицій та забезпечення «інвестиційного клімату» в Україні; дозволяє удосконалювати національне законодавство у даній сфері та гармонізувати правові норми із правовими положеннями міжнародного законодавства.

Правовий захист торговельних марок – це сукупність заходів, спрямованих на відновлення порушених, невизнаних чи оспорюваних прав особи, що використовуються уповноваженою особою або компетентним органом держави в межах їх повноважень (включаючи міри юридичної відповідальності, що застосовуються до правопорушника).

Право на захист торговельної марки – це визначене на законодавчому рівні право особи звернутися до компетентних органів держави, в тому числі, й суду за захистом своїх прав у разі їх порушення.

Позитивним буде одночасне реформування, удосконалення та гармонізація національного законодавства з законодавством ЄС в площині як матеріальних, так і процесуальних правових норм, що в результаті сприятиме зниженню правопорушень в даній сфері.

Ключові слова: торговельна марка, знак для товарів і послуг, добре відома торговельна марка, міжнародна торговельна марка, правова охорона торговельних марок, правовий захист торговельних марок, право на захист торговельних марок, законодавство ЄС.

Stefanyshyn Nataliia Mykhaylivna Candidate of Legal Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Civil Law Department, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, T. Shevchenko St., 44a, Ivano-Frankivsk, 76018, tel.: (098) 748-76-76, <https://orcid.org/0000-0001-6919-2774>

CONCEPT AND CONTENT OF LEGAL PROTECTION AND LEGAL PROTECTION OF TRADEMARKS UNDER UKRAINIAN AND EU LEGISLATION

Abstract. In order to ensure the fulfillment of Ukraine's obligations in the field of European integration in accordance with the Association Agreement with

the EU, the legislator is reforming national legislation regulating civil and social relations, in particular, relations in the field of intellectual property law, harmonizing it with the provisions of international legal acts and treaties. Legal norms in the field of intellectual property law are being improved, including legal norms related to legal protection, registration and protection of means of individualization of participants in civil circulation, goods and services. For a better understanding and interpretation of the relevant legal norms governing relations related to the registration and use of trademarks in the proposed scientific article, we tried to define and interpret the meaning of independent legal concepts - "legal protection of trademarks", "legal protection of trademarks", "the right to protect trademarks", because the correct application of legal norms in practice depends on a proper legal understanding of legal categories.

In the conducted research, by analyzing the content of provisions of national legislation and international treaties, the author comes to the conclusion that "legal protection of trademarks", "legal protection of trademarks", "right to protection of trademarks" are different legal concepts in terms of content, which are related with a set of intellectual property rights to the trademark.

The legal protection of trademarks should be understood as a set of legal measures, methods and methods aimed at ensuring the normal implementation of rights to a trademark in accordance with the will of its owner or legal operator, as well as at the protection of relevant rights in case of their violation or dispute. Legal protection of a trademark is granted from the moment of its state registration and includes legal protection of trademarks and the right of a person to protect rights to a trademark.

Legal protection of trademarks is important because it ensures the recognizability of the latter, which makes it impossible to mislead the consumer and allows individualization of trademarks; allows rational use of trademarks, which ensures the value of the latter; ensures a positive perception by society of one or another trademark; creates conditions for expanding international cooperation in the field of trade; creates appropriate conditions for attracting investments and ensuring the "investment climate" in Ukraine; allows improving national legislation in this area and harmonizing legal norms with legal provisions of international legislation.

Legal protection of trademarks is a set of measures aimed at restoring violated, unrecognized or contested rights of a person, used by an authorized person or a competent body of the state within the limits of their powers (including measures of legal responsibility applied to the offender).

The right to protect a trademark is a legally defined right of a person to apply to the competent authorities of the state, including the court, for the protection of his rights in the event of their violation.

The simultaneous reformation, improvement and harmonization of national legislation with EU legislation in the area of both material and procedural legal

norms will be positive, which will contribute to the reduction of offenses in this area as a result.

Keywords: trademark, sign for goods and services, well-known trademark, international trademark, legal protection of trademarks, legal protection of trademarks, right to protection of trademarks, EU legislation.

Постановка проблеми. Правове регулювання відносин, які виникають у зв'язку із набуттям, здійсненням та захистом прав інтелектуальної власності на торговельну марку регулюється як положеннями національного законодавства, зокрема, Конституцією України, Цивільним та Господарським Кодексами України, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» тощо, так і положеннями низки міжнародно-правових актів, зокрема, міжнародними договорами ЄС, ратифікованими Верховною Радою України.

Згідно цивільного законодавства України торговельна марка є засобом індивідуалізації учасників цивільного обороту, робіт чи послуг та займає своє самостійне місце у переліку об'єктів права інтелектуальної власності (ст.420 ЦК України). Тому, важливе значення має вирішення правових проблем її використання та захисту, надання торговельній марці належної правової охорони, особливо в період переходу економіки на ринкові засади.

Система правової охорони та правового захисту торговельної марки в Україні потребує вдосконалення, також, у зв'язку з наміром набуття членства у ЄС, для участі в якому необхідно приведення національного законодавства у відповідність до міжнародних стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремим аспектам проблематики правового регулювання торговельної марки, зокрема й правовій охороні торговельної марки та її захисту були присвячені наукові праці А.О. Кодинця, В.М. Коссака, В.В. Луця, О.М. Мельника, П.Ф. Немеш, О.О. Підпригори, О.В. Піхурця, О.Д. Святоцького, Р.О. Стефанчука, Н.М. Стефанишин, Л.Л. Тарасенка, Г.О. Ульянової, Р.Б. Шишки, О.О. Яворської та інших. Однак, незважаючи на значний науковий внесок, окремі питання обраної нами теми наукового дослідження залишаються не вирішеними, що й підтверджує її актуальність.

Мета статті є дослідження питань правової охорони та правового захисту торговельних марок за законодавством України та законодавством ЄС.

Виклад основного матеріалу. У зв'язку з розвитком ринкової економіки та в умовах існуючого ринкового конкурентного середовища у сучасному світі зростає інтерес до створення та реєстрації торговельних марок, що дозволяє споживачу виокремити та обрати один товар чи послугу з поміж інших. Так, у споживачів ставлення до товарів і послуг пов'язується, перш за все, із

товарним знаком, адже останній частіше за інші елементи зображується на всіх товарах, які належать бренду, з'являється в рекламних матеріалах тощо.

Однак, найбільш відомі торговельні марки найчастіше стають об'єктами підробок, контрафакції, інших порушень прав інтелектуальної власності та проявів недобросовісної конкуренції. Тому, сьогодні, актуальним є питання захисту та правової охорони торговельних марок.

Для дослідження даного питання, перш за все, потрібно визначити поняття «торговельна марка», адже, в чинному законодавстві та практиці для його позначення використовуються різні правові категорії, зокрема, «товарний знак», «знак для товарів і послуг», «торговий знак», «торгова марка», «бренд».

Відповідно до статті 492 Цивільного Кодексу України - торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів [1].

У статті 420 Цивільного Кодексу України серед об'єктів права інтелектуальної власності законодавець виокремлює торговельні марки (знаки для товарів і послуг) [1].

Згідно статті 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» зазначається, знак – позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб [2].

Підсумовуючи наведене, можемо зазначити, що потребує узгодження вживання різних термінів у законодавстві України для позначення одного і того ж поняття, оскільки змістове навантаження хоч і підтверджує тотожність вказаних понять, проте, негативно впливає при застосуванні норм чинного законодавства на практиці і є неприпустимим з боку юридичної техніки.

Щодо міжнародно-правового регулювання торговельних марок, то найбільш важливими міжнародними договорами є Паризька конвенція про охорону промислової власності 1883 року, Угода ТРІПС 1994 року, Договір про закони щодо товарних знаків 1994 року, Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків 1891 року, Ніццька угода про Міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків 1957 року, Сінгапурський договір про закони щодо товарних знаків 2006 року тощо.

У Паризькій конвенції зустрічається поняття «*marque de fabric et de commerce*», що перекладається як «товарний знак» [3], проте визначення останнього відсутнє. В статті 15 Угоди ТРІПС 1994 року зазначається, що торговельна марка – це будь-яке позначення чи комбінація позначень, за допомогою яких можна відрізнити товари і послуги одного підприємства від товарів і послуг іншого підприємства. Якщо знаки не наслідують здатність до

розрізнення відповідних товарів і послуг, то члени Угоди можуть поставити реєстрацію знака в залежність від розрізняльної здатності, набутої у процесі використання [4].

Директива Ради ЄС 89/104/ЄС «Про наближення законодавства держав-членів, що стосується торговельних марок», зокрема стаття 2 визначає, що торговельна марка може складатися з будь-якого позначення, який можна представити у графічній формі, зокрема слів, включаючи власні імена, малюнків, літер, цифр, зображень товарів чи їхніх упаковок, за умови, що такі знаки здатні розрізнити товари чи послуги одного виробника від товарів чи послуг інших виробників [5].

Європейське законодавство більшості країн ЄС поняття торговельної марки визначає як будь-яке позначення, за умови, що воно може бути представлене графічно, і така норма активно застосовується у судовій практиці.

Чинне цивільне законодавство України не наводить вичерпного переліку об'єктів торговельних марок. Зокрема, у ЦК України мова йде про те, що торговельні марки можуть зображуватися у вигляді слів, літер, цифр, зображувальних елементів, комбінації кольорів. Такі ж положення містяться й в Угоді ТРІПС, а отже, відповідають загальноприйнятим стандартам.

Проте, світова практика випереджає як національне, так і міжнародне законодавство, і, окрім вище наведених торговельних марок популярності набувають звукові, мультимедійні марки, запахи, фірмовий стиль і форма товарів. Тому, варто погодитися із думкою Т.Є. Ромат, що при удосконаленні національного законодавства щодо правової охорони торговельних марок, імплементації та гармонізації із європейським законодавством потрібно враховувати наступне: поняття торговельна марка вже «не вміщується» в поняття знак для товарів та послуг, оскільки навряд чи можна назвати «знаком» чи «позначенням» звук чи запах. Таким чином, поняття торговельна марка є більш доречним для визначення даного об'єкта інтелектуальної власності; потрібно оновлювати не лише національне, а й міжнародне законодавство щодо правової охорони відносин у сфері інтелектуальної власності; бренд – це ширше поняття, торговельна марка є елементом бренду, тому для споживача все більшого значення набуває культовість бренду та торговельної марки разом; усе більше товарів та послуг купляються та замовляються через Інтернет.

При цьому, можна побачити товар та оцінити послугу лише після покупки, а мотивація у споживача при виборі товарів чи послуг під певною торговельною маркою ґрунтується на підвищеному рівні довіри. Тому, важливим є ділова репутація виробника, так званий гудвіл (goodwill), що перекладається як нематеріальний актив. В умовах конкурентного ринкового

середовища, відома торговельна марка із гарною репутацією слугує для виробника «знаком якості»; зростаюча технічна складність захисту товарів, посилення заходів щодо захисту продукції від підробок та контрафакції [6, с. 288-289].

Враховуючи вище наведене, вважаємо, що у цивільному законодавстві України для виокремлення одних товарів та послуг з-поміж інших товарів та послуг, доцільно використовувати єдине поняття «торговельна марка». Під поняттям «торговельна марка» пропонуємо розуміти – це будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, що дозволяє споживачу вирізнити якість товарів і послуг що виробляються (надаються) однією особою, від якості однорідних товарів і послуг, що виробляються (надаються) іншою особою і призначена для реклами цих товарів і послуг.

В юридичній літературі часто можемо знайти поняття «правова охорона торговельних марок» та «правовий захист торговельних марок». В одних наукових працях дані поняття протиставляються одне одному, в інших – навпаки. У своїй науковій праці «Поняття та співвідношення правової охорони і правового захисту торговельних марок» П.Ф. Немеш стосовно правового захисту торговельних марок зазначає, що будь-яке суб'єктивне право має реальне значення для його носія лише за наявності ефективної та злагодженої системи захисту. Тому, питання правового захисту відіграють основоположну роль у дослідженні механізму правової охорони торговельних марок [7, с. 9].

У юридичній науці поняття «правового захисту», загалом, трактується неоднозначно. Домінуючою є позиція, яка передбачає характеристику останнього як системи заходів, спрямованих на забезпечення недоторканості права, його здійснення та ліквідацію правопорушень. При цьому, під час визначення права на захист, основний акцент робиться на його державно-правовому характері, що спрямований на відновлення порушеного права, забезпечення виконання юридичного обов'язку. В даному випадку захист розглядається як функція держави, яка у формі спеціальних заходів спрямована на припинення конкретних правопорушень, відновлення порушених інтересів або забезпечення умов їх задоволення в інших формах. Така позиція знайшла своє місце й у царині цивілістики. Зокрема, як зазначає Р.Б. Шишка, захист суб'єктивного цивільного права – це діяльність володільця прав чи уповноважених органів із застосування правоохоронних заходів державно-примусового характеру спрямованих на визнання або відновлення порушеного суб'єктивного права, що реалізується у межах тільки охоронюваних правовідносин [8, с. 241].

На думку Т.М. Підлубної правовий захист – це можливість уповноваженої особи застосовувати заходи правоохоронного характеру для поновлення свого порушеного чи оспорюваного права. Право на захист не

обмежується лише застосуванням державою заходів примусового характеру, але і пов'язується, насамперед, із діяльністю самого суб'єкта з поновлення порушеного права та припинення дій, що його порушують [9, с. 101]. Зазначена позиція, на думку Л.Д. Романадзе, видається більш переконливою, оскільки, по-перше: дозволяє охопити поняттям захисту весь спектр можливих форм його здійснення, включаючи самозахист; по-друге: ґрунтується на прояві ініціативи самого суб'єкта приватно-правових відносин, права якого порушили чи яким створюється загроза порушення; по-третє: відображає специфіку цивільно-правових норм та особливостей відповідних приватно-правових відносин. Під правовим захистом торговельної марки вчений пропонує розуміти систему заходів, спрямованих на визнання, відновлення прав, що впливають з спеціального позначення та припинення їх порушень, які застосовуються уповноваженою особою та (або) компетентним органом (включаючи застосування до порушників заходів відповідальності) [10, с. 98-100].

Відповідно до статті 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» - правова охорона надається знаку, який не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі, вимогам Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» та на який не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені цим Законом [2].

У зазначеному вище законі законодавець визначає, що об'єктом знака може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень та наводить перелік об'єктів, що можуть розглядатися як торговельна марка та перелік об'єктів, які в жодному випадку не можуть бути зареєстровані як торговельна марка.

Набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку засвідчується свідоцтвом. Строк дії свідоцтва становить 10 років від дати подання заявки до Установи і продовжується Установою за клопотанням власника свідоцтва щоразу на 10 років, за умови сплати збору у встановленому законом порядку.

Обсяг правової охорони торговельної марки визначається наведеними у свідоцтві її зображенням та переліком товарів і послуг. Якщо ж торговельна марка має міжнародну реєстрацію або визнана в установленому законом порядку добре відомою набуття права інтелектуальної власності на неї не вимагає засвідчення свідоцтвом.

Для отримання належної правової охорони торговельна марка має відповідати певним умовам правової охорони (критеріям охороноздатності) торговельних марок. Що слід розуміти під охороноздатністю торговельної марки? На нашу думку, охороноздатність торговельної марки - це юридична

властивість торговельної марки, що являє собою сукупність ознак, необхідних для реєстрації торговельної марки.

О.В. Піхурець зазначає, що торговельна марка отримує правову охорону, якщо вона характеризується розрізняльною здатністю та новизною, і лише тоді, вона не може бути помилковою чи оманливою.

Новою вважається така марка, що за своїм змістом не є ідентичною (тотожною) або схожою з відомими торговельними марками. Специфіка вимоги про новизну торговельної марки полягає в наступному: по-перше, ця вимога має локальний характер, по-друге, після припинення правової охорони марка знову може стати об'єктом виключного права в руках тієї чи іншої особи, по-третє, новизна визначається з урахуванням сфери використання, тобто у відношенні тільки тих марок, які застосовуються для однорідних товарів.

Стверджується, що вимога про новизну торговельної марки має відносний характер.

Науковець зазначає, що торговельна марка повинна мати своєрідні відмітні ознаки, особливості, такі, які б дозволяли індивідуалізувати товар, тобто повинна мати розрізняльну здатність. Умова оригінальності конкретизується в ряді спеціальних вимог, що відносяться як до форми марки (допустимі види втілення марки), так і її змісту (сміслові характеристики). До змісту марки пред'являються дві основні умови: торговельна марка не може бути описовою щодо товару і родовою. Зміст торговельної марки повинен мати незалежний, довільний характер по відношенню до об'єкта маркування, сприйматись як вигаданий символ, який не відображає товарної природи виробів (послуг), тобто притаманних їм якостей і властивостей. Тільки тоді марка в повному обсязі може виконувати відрізняльну функцію, виділяти товар (послугу) серед маси аналогічних товарів (послуг), яким притаманні такі самі споживчі якості.

До помилкових відносяться такі торговельні марки, що містять свідомо неправильні відомості про товар, такі, що не відповідають дійсності. Оманливими вважаються марки, що прямо чи опосередковано дають відомості, які здатні ввести споживача в оману щодо товару чи джерела його походження. Питання наявності небезпеки введення в оману може бути розцінене тільки з позиції товарів (місце виробництва, природа виробів), для яких призначається торговельна марка. При чому, для вирішення питання про наявність небезпеки введення в оману вирішальним повинна бути думка споживача [11, с. 9-10].

Так, щодо введення в оману, Угода ТРІПС містить наступні положення: коли спірна торговельна марка є ідентичною і використовується на ідентичних товарах або для ідентичних послуг; коли торговельна марка використовується

при наданні товарів і послуг, які не є ідентичними, але якщо при цьому споживачі можуть бути введені в оману [4].

Таким чином, торговельна марка вважається оманливою або такою, що вводить в оману споживача, якщо вона породжує чи може породжувати у свідомості споживача таку, що не відповідає дійсності уяву про якість товару чи послугу, виробника, або географічне походження останніх. Торговельна марка визначається оманливою, якщо оманливим є хоча б один з його елементів.

Згідно ч.2 ст.6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» не можуть одержати правову охорону позначення, які: звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули такої внаслідок їх використання; складаються лише з позначень, що є загальноновживаними 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 загальноновживаними символами і термінами; відображають лише форму, що обумовлена природним станом товару чи необхідністю отримання технічного результату, або яка надає товарові істотної цінності [2].

Відповідно до ч.ч.3,4 ст.6 вище згаданого Закону - не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати з: 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; фірмовими найменуваннями, що відомі в Україні і належать іншим особам, які одержали право на них до дати подання до Установи заявки щодо таких же або споріднених з 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 та не отримують правову охорону 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; прізвища, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети і факсиміле відомих в Україні осіб без їх згоди [2].

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.

Такі позначення можуть бути включені до знака як елементи, що не охороняються, якщо на це є згода відповідного компетентного органу або їх власників. Компетентним органом щодо назви держави є колегіальний орган, утворений Установою (ч.1 ст.6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»).

Важливим є й питання про надання правової охорони торговельній марці, яка є добре відомою. Аналіз цивільного законодавства дозволяє зробити наступний висновок, що при визначенні того, чи є торговельна марка добре відомою в Україні, можуть розглядатися такі фактори: ступінь відомості чи визнання торговельної марки у відповідному секторі суспільства; тривалість, обсяг і географічний район будь-якого використання торговельної марки; тривалість, обсяг і географічний район будь-якого просування торговельної марки, включаючи рекламування чи оприлюднення та представлення на ярмарках чи виставках товарів або послуг, щодо яких використовується торговельна марка; тривалість і географічний район будь-яких реєстрацій та (або) заявок на реєстрацію марки за умови, що торговельна марка використовується чи є визнаною; свідчення успішного відстоювання прав на знак, зокрема, територія, на якій знак визнаний добре відомим компетентними органами; цінність, що асоціюється із знаком.

Відповідно до ч.3 ст.494 ЦК України – набуття права інтелектуальної власності на торговельну марку, яка має міжнародну реєстрацію або визнана в установленому законом порядку добре відомою, не вимагає засвідчення свідцтвом [1].

Немеш П.Ф. зазначає, що сутність правової охорони торговельної марки походить від сутності самої торговельної марки та може бути визначена у: правовому значенні, змістом якого є сукупність правовідносин щодо виникнення, реєстрації, володіння, використання, розпорядження, охорони та захисту торговельної марки; в соціально-економічному значенні, що

характеризується як певне уявлення суб'єкта про торговельну марку як знаку виробника чи особи, яка надає послуги, про приналежність товару чи послуги та специфічний набір якостей та цінностей самого товару або послуги.

Варто погодитися з автором, що правова охорона торговельної марки являє собою сукупність правових заходів, способів та методів, спрямованих на забезпечення нормальної реалізації прав на торговельну марку відповідно до волевиявлення її власника або законного експлуатанта, а також на захист вказаних прав у випадку їх порушення або оспорювання [7, с. 8].

Науковці зазначають, що система правової охорони торговельних марок в Україні має багаторівневу структуру та складається з таких рівнів: перший рівень – Конституція України, що має найвищу юридичну силу у сфері правової охорони інтелектуальної власності; другий рівень складають міжнародні конвенції, учасницею яких є Україна та міжнародні угоди. Зокрема, Конвенція про утворення ВОІВ, Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 р., Угода ТРІПС, Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14 квітня 1891 р. тощо; третій рівень складають закони, насамперед – Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закони України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про захист економічної конкуренції», «Про рекламу» тощо; четвертий рівень – це підзаконні нормативно-правові акти, які запроваджують механізми реалізації зазначених законів, більш детально регламентують правовідносини у цій сфері, роз'яснюють деякі їх положення тощо; п'ятий рівень – документи, що фіксують домовленість сторін у вигляді договорів, які встановлюють індивідуальний режим для певного об'єкта права інтелектуальної власності та його суб'єктів [12, с. 125-126].

Отже, правова охорона торговельних марок – це ширше поняття від правового захисту торговельних марок. Під правовою охороною торговельних марок слід розуміти сукупність правових заходів, способів та методів, спрямованих на забезпечення нормальної реалізації прав на торговельну марку відповідно до волевиявлення її власника або законного експлуатанта, а також, на захист відповідних прав у випадку їх порушення або оспорювання. Правова охорона торговельній марці надається з моменту її державної реєстрації і включає в себе правовий захист торговельних марок та право особи на захист прав на торговельну марку.

Правова охорона торговельних марок має важливе значення, оскільки, забезпечує розпізнавальну здатність останніх, що унеможливує введення в оману споживача та дозволяє індивідуалізувати торговельні марки; дозволяє раціонально використовувати торговельні марки, що забезпечує цінність останніх; забезпечує позитивне сприйняття суспільством тієї чи іншої торговельної марки; створює умови для розширення міжнародної співпраці у

сфері товарообігу; створює належні умови для залучення інвестицій та забезпечення «інвестиційного клімату» в Україні; дозволяє удосконалювати національне законодавство у даній сфері та гармонізувати правові норми із правовими положеннями міжнародного законодавства.

Правовий захист торговельних марок – це сукупність заходів, спрямованих на відновлення порушених, невизнаних чи оспорюваних прав особи, що використовуються уповноваженою особою або компетентним органом держави в межах їх повноважень (включаючи міри юридичної відповідальності, що застосовуються до правопорушника).

Право на захист торговельної марки – це визначене на законодавчому рівні право особи звернутися до компетентних органів держави, в тому числі, й суду за захистом своїх прав у разі їх порушення.

Висновки. За результатами проведеного дослідження робимо висновок про те, що поняття правова охорона торговельних марок та правовий захист торговельних марок – це нетотожні за змістом правові поняття, що співвідносяться як загальне та часткове. Правовий захист включається в правову охорону торговельних марок і його необхідність виникає тоді, коли йде мова про порушення прав інтелектуальної власності на торговельну марку, натомість, правова охорона - виникає з моменту реєстрації відповідних прав на торговельну марку і припиняється в момент припинення прав інтелектуальної власності на неї ж, підставами для якої можуть слугувати підстави об'єктивного та суб'єктивного характеру.

Література:

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р., № 435–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 23.12.1993 р., № 3771–XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>
3. Паризька Конвенція Про охорону промислової власності від 20.03.1883 р. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_123/page?lang=en
4. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності від 15.04.1994 р. / Світова організація торгівлі. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_018&new=1
5. Директива про наближення законодавства держав-членів, що стосується торгових марок, від 21 грудня 1988 року № 89/104/ЄЕС / Рада Європейського Співтовариства. Офіційний журнал. 1989. № L 040. С. 0001–0007. URL : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=994_352
6. Ромат Т. Є. Захист торговельних марок як об'єктів інтелектуальної власності. Теорія та практика державного управління. 2011. Вип. 3. С. 286-294. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2021_3_46.
7. Немеш П. Ф. Правова охорона торговельних марок в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Інститут держави і права ім. В. М. Корецького Національної академії наук України. Київ, 2009. 19 с.

8. Шишка Р. Б. Охорона прав суб'єктів інтелектуальної власності у цивільному праві України: дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.03 / Національний університет внутрішніх справ. Харків, 2004, 452 с.

9. Підлубна Т. М. Право на захист цивільних прав та інтересів: монографія. Чернівці. Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2020. 192 с.

10. Романадзе Л. Д. Захист прав на торговельні марки у міжнародному приватному праві: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Одеська національна юридична академія. Одеса, 2008. 217 с.

11. Піхурець О. В. Охорона права на торговельну марку (цивільно-правовий аспект): автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Національний університет внутрішніх справ. Харків, 2005. 21 с.

12. Балашов І. А. Вдосконалення правової охорони знаків для товарів і послуг в Україні відповідно європейському законодавству у цій сфері. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2022. Вип. 1. Том. 3. С. 124-127.

References:

1. *Civilnyy Codecs Ukrainy*. (2003). [Civil Code of Ukraine]: Law of Ukraine dated January 16, 2003, No. 435-IV. Kyiv [in Ukrainian]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

2. *Pro ohorony prav na znaku dlya tovariv i poslyh*. (1993). [On the protection of rights to signs for goods and services]. Law of Ukraine dated 12.23.1993, No. 3771–XII. Kyiv [in Ukrainian]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>

3. *Paruzcka Konvenciya Pro ohorony promuslovoi vlasnosti*. (1883). [The Paris Convention for the Protection of Industrial Property dated March 20, 1883]. Kyiv [in Ukrainian]. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_123/page?lang=en

4. *Yhoda pro torhovelni aspektu prav intelektualnoi vlasnosti*. (1994). [Agreement on trade aspects of intellectual property rights dated April 15, 1994]. / World Trade Organization. Kyiv [in Ukrainian]. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_018&new=1

5. *Direktuva pro nabluzennya zakonodavstva derzav-chleniv co stosyetsya torhovuh marok 89/104/EEC* [Directive on the approximation of the laws of the member states relating to trademarks, dated December 21, 1988 No. 89/104/EEC] / Council of the European Community. Official journal. 1989. No. L 040. P. 0001–0007. Kyiv [in Ukrainian]. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=994_352

6. Romat T. E. (2011). *Zahust torhovelnih marok yak odektiv intelektualnoi vlasnosti*. [Protection of trademarks as objects of intellectual property]. Theory and practice of public administration. (Issue 3. P. 286-294). Kyiv [in Ukrainian]. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2021_3_46.

7. Nemesh P. F. (2009). *Pravova ohorona torhovelnih marok v Ykraini 12.00.03* [Legal protection of trademarks in Ukraine: autoref. thesis ... candidate of science: 12.00.03]. Institute of State and Law named after V. M. Koretsky of the National Academy of Sciences of Ukraine]. Kyiv [in Ukrainian].

8. Shishka R. B. (2004). *Ohorona prav cybektiv intelektualnoi vlasnosti v Ykraini: 12.00.03* [Protection of the rights of intellectual property subjects in the civil law of Ukraine: diss. ...doctor of law. Sciences: 12.00.03]. National University of Internal Affairs. Kharkiv [in Ukrainian].

9. Podlubna T. M. (2020). *Pravo na zahust cuvilnih prav ta intereciv: monohrafiya*. [The right to protection of civil rights and interests: monograph]. Chernivtsi National University named after Yu.Fedkovicha. Chernivtsi [in Ukrainian].

10. Romanadze L. D. (2008). *Zahust prav na torhovelni marku y miznarodnomy pruvatnomy pravi: 12.00.03 [Protection of trademark rights in international private law: dissertation. ... candidate law Sciences: 12.00.03]*. Odesa National Law Academy. Odesa [in Ukrainian].

11. Pihurets O. V. (2005). *Ohorona prav na torhovelny marky (civilno-pravovuy aspekt) y Protection of the right to a trademark (civil legal aspect): 12.00.03 [Protection of the right to a trademark (civil legal aspect): autoref. thesis ... candidate law Sciences: 12.00.03]*. National University of Internal Affairs. Kharkiv [in Ukrainian].

12. Balashov I. A. (2022). *Vdoskonalennya pravovoi ohorony na znaku dlya tovariv I poslyh v Ykraini vidpovidno evropeyskomu zakonodavctvy v ciy sferi. [Improvement of legal protection of marks for goods and services in Ukraine in accordance with European legislation in this area. Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property]*. Theoretical and practical aspects of economics and intellectual property. (Issue 1. Vol. 3). Kyiv [in Ukrainian].