

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ТА ЗАХИСТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

ст. викл. Махнуша С.М., студ. Щербакова С.

Світова економіка розвивається в напрямку збільшення обсягів виробництва й розширення асортименту товарів та послуг. Збільшується й кількість самих виробників, оскільки в світові економічні процеси активно залучаються різноманітні країни, в тому числі й Україна. Споживачу все важче стає визначитися з кращим для себе товаром. Тому виробники для виокремлення продукції використовують різноманітні засоби індивідуалізації, серед яких торговельні марки, знаки обслуговування, зазначення походження товарів, фірмові (комерційні) найменування.

Актуальною є проблема правової охорони та захисту торговельних марок, оскільки на сьогодні на конкурентних ринках йде боротьба саме торговельних марок за прихильність та лояльність споживача.

Історія виникнення такого об'єкту інтелектуальної власності, як торговельна марка, виходить з глибини століть. Перші прототипи знаків у вигляді символів зображувалися ремісниками на товарах, які виготовлялися ними, чи проставлялися скотарями як клейма на тварині в давні часи. Однак, незважаючи на поважний вік, вони реалізували важливий елемент законодавства про товарні знаки, який діє донині, а саме: фіксували зв'язок між товаром і виробником.

Термін „торговельні марки” почали вживати тільки у ХІХ столітті. З цього ж часу вони стали виконувати нинішню роль у поширенні товарів, доведенні їх до покупця, розширенні торгівлі. Однак чим ширше застосовували торговельні марки, тим більше було випадків їх незаконного використання. Тому світова економіко-правова думка історично схилилася до усвідомлення проблеми необхідності правової охорони та захисту прав на торговельні марки. У середині ХІХ століття англійськими судами були розроблені засоби захисту проти порушень зазначених прав. Так народилася знаменита заборона на ведення справи під іншим ім'ям: ніхто не мав права видавати свої товари за товари іншої особи.

У 30-40-х роках ХХ століття на світовому рівні було в основному завершено розвиток законодавства про торговельні марки. В Україні зазначену проблему регулює Закон України „Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” із змінами та доповненнями. Для надання правової охорони за законом товарний знак повинен мати розрізняльні можливості, бути відмінним серед інших знаків, не суперечити принципам гуманності та моралі. Процедура правової охорони передбачає видачу свідоцтва. Під

захистом розуміють дії, які виникають у разі порушення прав власника свідоцтва на торговельну марку.

Крадіжка загальновідомих торговельних марок у деяких країнах перетворилася на своєрідний бізнес. На вигляд контрафактні товари — майже як у рекламному роликуну, але ціна на них набагато нижча. Попит, відповідно, є набагато вищим. Найчастіше такі прийоми використовують виробники, які бажають істотно збільшити обсяг реалізації своєї продукції, не витрачаючи коштів на рекламу. Завдяки такому способу виходу на ринок можуть продаватися різні товари — продукти харчування, одяг, побутові прилади, спиртні й безалкогольні напої, ліки тощо. Але насамперед — це товари повсякденного споживання, на які попит стабільно високий.

Гра на подібності торговельних марок — заборонена зброя в конкурентній боротьбі. У першу чергу, вона вражає ділову репутацію, імідж тощо. У великих компаній ці нематеріальні активи обчислюються мільярдами доларів і можуть навіть перевищувати матеріальні. Дуже часто торговельна марка коштує більше, ніж саме підприємство.

Зазвичай зовнішнє оформлення „клонів” нічим не поступається оригіналу. Тому розібратися, який товар справжній, а який — ні, споживачеві буває дуже складно. Західні підприємства більш досвідчені, ніж вітчизняні, а тому всі майнові й інтелектуальні права захищають комплексно і в цілому.

Деякі підприємці випускають свою продукцію, не захистивши право на торговельну марку. У той самий час, наприклад, інший виробник, випускаючи на ринок аналогічну продукцію, захистив себе реєстрацією своєї торговельної марки. У випадку судового розгляду між підприємцями, які використовують у своїй діяльності схожі позначення (торговельні марки), переможцем вийде конкурент, який випускає товар зі схожим дизайном і вийшов на ринок набагато пізніше, проте має свідоцтво про держреєстрацію цієї (схожої) торговельної марки. Висновок: реєстрація знаків для товарів і послуг — це правильний і вкрай необхідний крок. Удосконалення цієї процедури стане ще одним кроком у бік розвитку правової держави.

У Вищому господарському суді України і апеляційних господарських судах діють спеціалізовані судові палати з розгляду справ, пов'язаних із порушенням прав на об'єкти інтелектуальної власності. На вимогу власника свідоцтва таке порушення має бути припинене, а порушник зобов'язаний відшкодувати власникові свідоцтва заподіяні збитки. Відповідно до українського законодавства, незаконне копіювання форми, упаковки, зовнішнього оформлення чи імітація, копіювання, пряме відтворення товару іншого підприємця, самовільне використання його імені має наслідком накладення значних штрафних санкцій (від 30 до 44 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян) з можливою конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва і сировини.