

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАВА

**РЕФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ
В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

МАТЕРІАЛИ
ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, 23–24 травня 2019 року)

У двох частинах

Частина 1



Суми
Сумський державний університет
2019

ЩОДО ІСТОРИЧНИХ АСПЕКТІВ ЗАРОДЖЕННЯ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ УЧАСНИКІВ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ

Романенко Є.О.

Магістрантка ННІ права

Сумського державного університету

Науковий керівник: Янішевська К. Д.

к.ю.н., старший викладач кафедри КПДС ННІ права

Сумського державного університету

Сучасне цивільне законодавство регулює відносини, пов'язані з використанням значної кількості об'єктів, що застосовуються учасниками цивільного обороту, для виокремлення себе та результатів своєї діяльності. Для правової охорони окремих з них використовуються норми права інтелектуальної власності та конструкція виключних прав. Так, відповідно до ст. 420 Цивільного кодексу України до об'єктів інтелектуальної власності належать, зокрема, комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки та географічні зазначення [1]. Наведені позначення виконують ідентифікуючу функцію та дістали у правовій науці узагальнюючу назву «засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг».

Історія виникнення та нормативного оформлення засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту товарів та послуг розглядається в юридичній науці неоднозначно. Дана обставина обумовлюється широким діапазоном поглядів вчених на питання черговості появи різних видів ідентифікуючих позначень та різницею у трактуванні моменту зародження окремих засобів індивідуалізації у межах значних історичних періодів.

Складність вирішення даного питання пояснюється, насамперед, різноманітністю засобів індивідуалізації та багатоаспектністю виконуваних ними функцій на різних історичних етапах розвитку суспільства. Інколи праобрази сучасних ідентифікуючих позначень вбачають у знаках, які повністю втратили своє значення чи суттєво його змінили. Безумовно, засоби індивідуалізації в їх теперішньому розумінні виникли відносно недавно та протягом останніх століть зазнали суттєвої трансформації, зміст якої пов'язується з розвитком та змінами характеру економічних відносин суспільства.

Найбільш повно в юридичній літературі висвітлюється питання виникнення та розвитку правової охорони торговельних марок. У спеціальній літературі обґрунтовується поява прототипів сучасних товарних знаків вже у епоху зародження рабовласницького ладу. Аргументація даної позиції здійснюється на підставі археологічних даних. Так, за твердженням О. Кашинцевої, майже за 4000 років до н.е. майстри Ассирії та Вавилону вирізали на камінні збудованих ними споруд свої знаки. За історичними даними у ХХІІ-

XIX рр. до н.е. жителі Криту використовували спеціальні піктографічні знаки на глечиках та як відмітки каменярів на камені [2, с. 11].

Як зазначає В.А. Бабенко, товарні знаки, як знаки походження товарів, віддавна застосовували виробники шкіри, цегли, зброї, книжок, кухонного посуду та інших речей ще у давніх культурах. Вони ставили клеймо у вигляді літер, зазвичай ініціалів, або інших символічних позначень для зазначення виробника продукції [3, с. 93].

Розвиток ремесла та торгівлі зумовили швидке зростання ролі і значення клеймування товарів та позначення послуг. Вже в ті давні часи товарні знаки мали особливе значення для виробництва товарів для експорту. Зокрема у Англії, задовго до виникнення промисловості, вироби з металу та дорогоцінних металів (зброя, столові прибори тощо) мали на собі позначення англійських виробників.

Виникнення самого інституту комерційного найменування, на думку дослідників, слід віднести до епохи середньовіччя, до епохи розвитку міського життя й торговельних відносин. Товариські об'єднання, що виникали в той час, намагалися шляхом зовнішнього відмежування одне від одного не допустити змішування їх з боку клієнтів. Вони почали використовувати для цього у всіх ділових відносинах особливе позначення товариства, в яке включалися чи імена всіх товаришів, чи ім'я одного з них із вказівкою на існування товариства. Таким чином, із самого початку це було найменування колективу купців, що їх індивідуалізувало, але згодом і одноособові купці почали користуватися певною фірмою, тобто почали завжди однаково підписуватися й позначати своє ім'я в торговельних відносинах для вирізнення себе від інших купців, що носили схоже ім'я.

Таке ж саме значення, як позначки індивідуальних купців, мали і знаки торговельних товариств, причому це виявлялося в тому, що знаки товариства склалися за допомогою об'єднання знаків усіх товаришів. Однак і вони не були комерційними найменуваннями в повному розумінні. У XVIII столітті товариства поряд із таким знаком при своєму виникненні приймають і особливий знак *titulus societatis*, під яким товариство вступало у зобов'язання. Спочатку до підпису товариша, ім'я якого входило до фірми, додавалася вказівка на товариські відносини, коли ж зобов'язання укладалось товаришем, ім'я якого не входило в фірму, то до підпису товариша приєднувалося ще й позначення фірми. Подальшим кроком було вилучення з підпису імені товариша, так що підпис зводився до позначення фірми, товариства [4, с. 120].

Як вказує І. А. Близнець, у період Середньовіччя розвиток вчення про юридичну особу також перебувало під значним впливом рецепційованих глосаторами та коментаторами римського приватного права. Поява та поширення юридичних осіб пов'язується з епохою розвитку економічних та торгових зв'язків періоду Нового часу,

коли давньоримський інститут спільної власності виявився неспроможним адекватно регулювати відносини, що виникли за участю об'єднаного капіталу [5, с. 78].

З розвитком та поширенням грамотності виникає потреба використовувати певне позначення для підпису на документах. Для цього торговці спочатку використовували своє ім'я, а при створенні об'єднання купців стали вживати у ділових відносинах особливе позначення товариства, до якого включалися імена всіх його членів чи одного з них з вказівкою на існування товариства. Цим позначенням підписувалися на всіх документах, що опосередковували цивільно-правові угоди товариства. Тому саме слово «фірми» має італійське походження та означає підпис. Можна цілком погодитись з тезою відомого російського цивіліста О. П. Сергєєва, який відзначає, що фірма як особливе найменування учасника обороту виникла внаслідок діяльності торгових товариств [6, с. 154].

Використання в якості індивідуалізуючої ознаки саме вказівки на територію виробництва (походження) товару почалося набагато раніше, ніж використання інших засобів індивідуалізації, таких як фірмове найменування або товарний знак. Це використання почалося з суспільним поділом праці й появою товарообміну. У цих умовах інформація про властивості товару без зазначення території походження виробника була недостатньо повною, що не задовольняло ні виробників, ні споживачів. Вказівка на певну територію його походження (дійсного місця походження товару) було зумовлено необхідністю розрізняти вироби одного і того ж виду і призначення, але які походять з різних географічних місцевостей.

Починаючи ще з античних часів і до теперішнього часу можна зустріти численні підтвердження того, що виробниками широко використовувалися і використовуються у відношенні товарів позначення, що вказують саме на територію походження. Наприклад, в 4 столітті до н. е. певні вина з Греції називалися коринфськими, ікарськими, та ін, а також інші товари - накоський мигдаль, сицилійський мед. У Римській імперії відоме використання таких позначень: єгипетські фініки, фалернське вино, коринфська бронза, каррарський мармур.

Пізніше також можна зустріти приклади використання позначень щодо товару, що походить з певної території. Наприклад, вина Шампані, Орлеана, Бургундії, Бордо, Провансу; каштани Нормандії, Бретані; спиртні напої Анжу і Коньяку; маслинова олія Провансу; шовки Китаю, Персії, Сирії; полотна Руана Бретані, Нормандії; російські шкiри, канадські бобрині і т. д. [7, с. 205]. У Російській імперії зазначення походження товару не отримало самостійного правового регулювання. Його правова охорона забезпечувалася загальними положеннями законодавства про фабричні та торгові клейма. Вже перший російський указ 1744 р., що стосувався таврування матерій індивідуальними

клеймами, містив обов'язок «вытыкать по всякой штуки на обоихъ концахъ литеры Россійскія, чьей именно фабрики и въ которомъ городъ дьланы». Указ Катерини II 1783 р. також передбачав позначення дорогих матерій особливим штемпелем, «дабы по оному узнать можно было, что ть товары суть рукодѣлія Россійскаго и на чьей именно фабрикь сдѣланы» [8, с. 130].

Отже, появу засобів індивідуалізації (комерційного найменування, торговельної марки та географічного зазначення) слід відносити до різних історичних епох. Використання спеціальних символів на товарі, що свідчать про географічне місце його виготовлення увійшло у практику ще в період античності; цехові знаки Середньовіччя стали основою для розвитку сучасних колективних марок та лише у кінці цього періоду, внаслідок розвитку мануфактурного виробництва, одержало поширення таврування товарів індивідуальними торговельними марками. Комерційне найменування, як явище економічного життя, виникає у період Нового часу у результаті діяльності торговельних товариств. Як явища юридичної сфери, засоби індивідуалізації виникають з моменту одержання правової охорони, яка здійснювалася більш історично збалансовано, починаючи з XIX ст.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. №435-IV. Відомості Верховної Ради. 2003. №40-44. Ст. 356.
2. Кашинцева О.Ю. Правова охорона знаків для товарів і послуг в Україні. Автореф. дис. ... канд. юр. наук: 12.00.03. Київ. 2000. 20 с.
3. Бабенко В.А. Торговельна марка: еволюція, історія, сучасність. Історія торгівлі, податків та мита. Дніпропетровськ : Акад. митної служби України, 2014. №1 (9). С. 91-97.
4. Городов О.О. Право на средство индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения. М.: Волтерс Клувер, 2006. 448 с.
5. Близнец И.А. Право интеллектуальной собственности : учебник под ред. И.А. Близнеца. М. : Проспект. 2011. 960 с.
6. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. Учебник. 2-е изд. М.: Проспект, 2001. 752 с.
7. Кларк Лакерт. Географічні зазначення: минуле, сьогодення, майбутнє. Захист прав інтелектуальної власності: досвід Сполучених Штатів Америки. Зб. документів, матеріалів, статей за заг. ред. О.Д. Святоцького. К.: Видавничий центр "Ін Юре". 2003. С. 205-234.

8. Кодинець А.О. Історія становлення та розвитку правової охорони засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Юридичні науки». 2007. № 74–76. С. 129–133.

ПЛАГІАТ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Струтинський К.А.
*Магістрант ННІ права
Сумського державного університету*
Науковий керівник: Уткіна М. С.
*к.ю.н., викладач кафедри КПДС ННІ права
Сумського державного університету*

На сучасному етапі розвитку інтелектуальної власності все більшої уваги потребує питання щодо захисту від будь-яких проявів та видів порушення інтелектуальної власності. Одне із найбільш «гострих» питань, яке актуалізується у сфері захисту інтелектуальної власності на сьогоднішній день, - це плагіат. Дане питання є «ахіллесовою п'ятою» та нагальним не лише для вітчизняної практичної площини, але й для зарубіжної. У першу чергу, на нашу думку, все це зумовлено розвитком науково-технічного прогресу в цілому, та активним використанням Інтернет-мережі зокрема. Так, коли будь-який твір потрапляє до мережі Інтернет, він стає відомим широкому загалу людей, дотримуватись певних правил авторського права та положень, які регулюють ці відносини є складним, а тому – зрозуміти первісного автора взагалі буває іноді неможливо.

Розглядаючи дане явище, слід наголосити, що останнім часом «плагіат» популяризується не лише у літературі та мистецтві, а у науці та освіті. Тож, першочергово, для того, щоб можна було знайти шляхи подолання та захисту від явища «плагіату», необхідно звернутися до тлумачення вищезазначеної категорії.

В. С. Петренко акцентує увагу, що значення слова «плагіат» походить від латинського слова *plagium* – викрадати. А щодо української мови, то цей термін увійшов до нашої мови із французької мови, де має значення «пограбування», «викрадення» [1, с. 128].

Як слушно наголошує Р. Б. Шишка, семантично плагіат тлумачиться як навмисна крадіжка авторства на чужий твір літератури, науки, мистецтва, винахід чи раціоналізаторську пропозицію повністю чи частково. У свою чергу, у вужчому розумінні плагіат становить собою оприлюднення повністю чи в частині чужого твору (ідей,