

Засоби індивідуалізації цивільного обороту

Підприємницька діяльність в умовах сучасної ринкової **економіки** надзвичайно різноманітна, багатoproфільна і в той же час багато підприємств виробляють одну й ту саму продукцію, надають одні й ті самі послуги, але неоднакових якості і рівня. Споживачеві іноді буває непросто відрізнити то-вар одного підприємства від такого самого товару, що виробляється іншим підприємством, послуги одного підприємства від послуг іншого. Ось тут споживачеві можуть допомогти правові засоби індивідуалізації товарів, послуг і самих виробників.

До правових засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг за законодавством України належать такі об'єкти права **інтелектуальної власності**: комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг) і географічне зазначення.

Спільною рисою, що поєднує вказані об'єкти і водночас відрізняє їх від інших об'єктів права інтелектуальної власності, є їхнє призначення. Вони індивідуалізують учасників цивільного обороту, товарів і послуг. Комерційне (фірмове) найменування індивідуалізує самого суб'єкта, а торговельні марки та географічні зазначення є засобами індивідуалізації товарів, послуг.

Право інтелектуальної власності на комерційне (фірмове) найменування. Відповідно до ст. 90 ЦК юридична особа, що є підприємницьким товариством, може мати комерційне (фірмове) найменування.

Фірмове найменування має своїм призначенням індивідуалізацію даного підприємства, передусім виокремлення його підприємницької чи будь-якої іншої діяльності. Така індивідуалізація необхідна для підкреслення якісних ознак діяльності, збереження, розвитку та правової охорони фірмового найменування.

Сутність комерційного найменування полягає у тому, що таке найменування повинно індивідуалізувати особу, надаючи змогу іншим учасникам цивільного обороту вирізнити правоволодільця з-поміж інших суб'єктів.

Сьогодні в Україні не прийнято спеціального закону, який регулював би відносини щодо використання комерційного (фірмового) найменування.

Зауважимо, що термін «комерційне найменування» є новим для законодавства України про інтелектуальну власність. За чинним раніше законодавством цей інститут називався «фірмове найменування» або «фірма». Поняття «фірмове найменування» закріплене в міжнародно-правових актах, учасницею яких є Україна (ст.ст. 1, 8 Паризької конвенції про охорону

промислової власності, ст. 2 Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності), а також в окремих законодавчих актах України. З огляду на це, в ст. 420 ЦК, де міститься перелік об'єктів права інтелектуальної власності, згадуються «комерційні (фірмові) найменування». Тобто поняття «комерційне найменування» і «фірмове найменування» розглядаються як синоніми.

У національному законодавстві відсутня дефінітивна норма, яка б містила легальне визначення комерційного (фірмового) найменування. У літературі суть фірмового найменування, як правило, зводиться до того, що це певне позначення (найменування), під яким особа діє в цивільному обороті і яке індивідуалізує цю особу з-поміж інших його учасників.

Об'єкти комерційного найменування. Найменування юридичної особи або ім'я підприємця (власника) як об'єкт правової охорони має відповідати певним вимогам, що виробилися у практиці. У зв'язку з цим у літературі вказуються три принципи:

- істинності;
- виключності;
- постійності.

Принцип істинності полягає у тому, що комерційне найменування не має вводити споживачів в оману щодо справжнього характеру діяльності підприємства (ст. 489 ЦК), тобто воно має містити справжнє зазначення організаційно-правової форми юридичної особи, її типу, профілю діяльності.

Принцип виключності означає, що комерційне найменування має давати можливість відрізнити цю особу з-поміж інших (ст. 489 ЦК). Основне призначення комерційного найменування - індивідуалізація певної особи. Найменування юридичної особи може досить ефективно виконувати свою функцію, якщо воно має такі ознаки вирізнення, що здатні чітко відокремлювати дане підприємство від подібних.

Принцип виключності передбачає також вимогу, відповідно до якої комерційне найменування не повинне збігатися з торговельними марками і географічними зазначеннями походження товарів, що належать третім особам.

Принцип постійності передбачає стабільність (незмінність) комерційного найменування, що забезпечується, як правило, протягом всього часу існування юридичної особи. Остання має бути заінтересована в незмінності свого

комерційного найменування, адже воно є уособленням ділової репутації підприємства.

Зазначені принципи комерційного найменування обумовлюють його структуру. Словесне позначення, що має стати комерційним найменуванням, складається за певними правилами. Основну його частину прийнято називати корпусом, іншу - додатком. Корпус є обов'язковою частиною комерційного найменування і повинен містити вказівку на організаційно-правову форму юридичної особи.

До корпусу комерційного найменування додається допоміжна частина, елементи якої поділяються на обов'язкові і факультативні. Обов'язкова частина є спеціальною оригінальною назвою підприємства, це його номер або інше позначення, необхідне для вирізнення одних підприємств від інших. Це можуть бути різноманітні умовні позначення у вигляді оригінальних слів («Оболонь», «Славутич»), власних імен тощо.

До факультативних елементів належать такі додатки, що можуть включатися у комерційне найменування за бажанням юридичної особи. Це можуть бути додатки типу вказівок «універсальний», «спеціальний», «центральный» тощо. Такими додатками можуть бути скорочені найменування фірми або аббревіатури.

У випадку, коли чинне законодавство висуває певні вимоги до структури найменування юридичної особи, то відповідні приписи застосовуються й до комерційного найменування.

Найменування юридичної особи має бути виражене державною мовою. Якщо в найменуванні використовується іноземне слово, воно має бути наведене українськими літерами.

Суб'єкти комерційного найменування. Поняття «комерційне найменування» своїм змістом передбачає, що воно стосується лише суб'єктів підприємницької діяльності. Сказане відображено, зокрема, у ст. 90 ЦК, яка закріплює право на комерційне найменування не за всіма юридичними особами, а лише за підприємницькими товариствами. Отже, не є суб'єктами права на комерційне найменування юридичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності.

Не визнається суб'єктом права на комерційне найменування філія чи представництво юридичної особи, просте товариство як таке, оскільки вони не мають статусу юридичної особи. У цивілістичній доктрині дискусійним залишається питання щодо можливості наявності комерційного найменування у фізичної особи-підприємця.

Суб'єктивні права комерційного найменування. Відповідно до ч. 2 ст. 489 ЦК право **інтелектуальної власності** на комерційне найменування є чинним з моменту першого використання цього найменування і охороняється без обов'язкового подання заявки на нього чи його реєстрації і незалежно від того, є чи не є комерційне найменування частиною торговельної марки.

Майновими правами інтелектуальної власності на комерційне найменування відповідно до ст. 490 ЦК є:

- право на використання комерційного найменування;
- право перешкоджати іншим особам неправомірно використовувати комерційне найменування, в тому числі забороняти таке використання;
- інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

Використання комерційного найменування іншими юридичними особами

без дозволу володільця не повинно допускатися. Тому володільць комерційного найменування має право вимагати від інших осіб припинення неправомірного використання комерційного найменування.

З огляду на те, що основною функцією комерційного найменування є індивідуалізація конкретного суб'єкта, передання майнових прав на комерційне найменування іншій особі можливе лише в одному випадку: якщо такі права передаються разом з цілісним майновим комплексом юридичної особи чи його відповідною частиною.

Цивільний кодекс не обмежує чинність майнових прав на комерційне найменування конкретним строком, вираженим у роках. Оскільки майнові права інтелектуальної власності на комерційне найменування безпосередньо пов'язані з функціонуванням юридичної особи, то з ліквідацією юридичної особи чинність зазначених майнових прав припиняється.

До порушень прав на комерційне найменування належить неправомірне використання спеціальної частини комерційного найменування, призначеної для розрізнення комерційних організацій. Права на комерційне найменування можуть бути порушені також через використання комерційного найменування у знаку для товарів і послуг, власником прав на який є інша комерційна організація.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку. Поряд з комерційними найменуваннями важливе значення мають знаки, слова і символи, що допомагають споживачам орієнтуватися в однорідних товарах і послугах

різних юридичних осіб, одержувати найбільш якісні товари й уникати підробок. Таку функцію виконують знаки для товарів і послуг (за термінологією ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»). У ЦК для цих об'єктів права інтелектуальної власності застосовується інший термін - «торговельна марка».

Відповідно до ст. 492 ЦК торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, придатних для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Об'єктами знаків для товарів і послуг, яким надається правова охорона, можуть бути будь-які позначення або комбінації позначень. Законодавець до них, зокрема, відносить: слова, у тому числі власні імена, літери, цифри, зображувальні, об'ємні та інші позначення або їх комбінації, виконані у будь-якому кольорі або поєднанні кольорів, а також будь-яка комбінація таких позначень (ч. 2 ст. 5 ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», ст. 492 ЦК).

Найбільш ефективним і поширеним об'єктом торговельних марок є словесні позначення. Словесні знаки більш ефективні як такі, що легко сприймаються зором та слухом. Вони більш виразні, легше запам'ятовуються, вимовляються та перекладаються.

Зображувальними знаками для торговельних марок можуть бути художні, графічні та інші подібні позначення (композиція ліній, плям, фігур, форм на площині). Назва цих об'єктів торговельних марок свідчить про їх характер і вони здебільшого втілені в малюнку, рисунку, кресленні.

Об'ємні товарні знаки. Найчастіше об'ємний знак торговельної марки повторює форму самого виробу або його упаковки, що характеризується тримірністю. Найбільш поширеними об'ємними знаками для товарів є оригінальні упаковки, наприклад, флакони для парфумів.

Комбіновані знаки є сполученням словесного, зображувального і об'ємного елементів. Ці частини, безперечно, мають бути пов'язані композиційно і сюжетно та складати єдине ціле. Комбіновані знаки торговельних марок мають відповідати вимогам, що виробилися до інших об'єктів товарних знаків.

Варто зауважити, що законодавець не згадує про звукові знаки, але такі знаки є, наприклад, музичні сигнали як позивні тієї чи іншої організації радіомовлення.

Окрім того, ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» чітко визначає, які позначення не можуть бути визнані знаками для товарів і послуг.

Перелік позначень, наведених у законі, що не можуть бути визнані як знак для товарів і послуг, можна умовно поділити на такі групи.

До першої групи належать символи, позначення, відзнаки, що мають уже офіційно визнане значення для держави чи суспільства. Це позначення, складовими яких є: герби, прапори, емблеми, офіційні назви держав; скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій; офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки; нагороди та інші відзнаки.

Другу групу позначень становлять позначення, які не відповідають вимогам законодавства. Вони або не мають розрізняльної здатності, або є загальновживаними як позначення товарів і послуг певного виду, або лише вказують на вид, якість, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, а також на місце і час виготовлення чи збуту товару або надання послуги (ч. 2 ст. 6 ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»). Так, не визнаються, зокрема, знаками для товарів і послуг позначення у вигляді чаші, обвитою змією, оскільки це позначення є загальновживаним символом для фармацевтичних препаратів і взагалі для медицини.

До третьої групи позначень закон відносить такі, що є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати з:

- раніше зареєстрованими знаками чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи щодо однорідних товарів і послуг;

- знаками інших осіб, якщо ці знаки охороняються без реєстрації на підставі міжнародних договорів, учасником яких є Україна;

- фірмовими найменуваннями, що відомі в Україні і належать іншим особам, які одержали право на них, до дати подання до патентного відомства заявки стосовно однорідних товарів і послуг;

- кваліфікованими зазначеннями походження товарів (у тому числі спиртів та алкогольних напоїв), що охороняються відповідно до ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів». Такі позначення можуть бути лише елементами, що не охороняються, знаків осіб, які мають право користуватися вказаними зазначеннями;

- сертифікаційними знаками, зареєстрованими у встановленому порядку.

Українським виробникам довелося відмовитися від вживання таких назв

напоїв, як «Коньяк», «Шампанське», які зникли з етикеток. Така продукція походить з відповідних провінцій Франції - Коньяк і Шампань, і тому такі позначення в Україні не можуть бути визнані знаками для товарів.

До четвертої групи належать 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 їхньої згоди.

Отже, торговельна марка може мати елементи, що охороняються, та неоохоронювані елементи.

Суб'єктами права на торговельну марку законодавство України визнає фізичних та юридичних осіб.

Суб'єктами права на одну й ту саму торговельну марку можуть бути де-кілька (ч. 2 ст. 493 ЦК). Це положення відповідає ст. 7 Паризької конвенції про охорону промислової власності, де йдеться про надання охорони колективним знакам.

Суб'єктивні права на торговельну марку. Право **інтелектуальної власності** на торговельну марку не виникає на підставі самого лише факту першого його використання, як це має місце, наприклад, для комерційного найменування. Для набуття прав на торговельну марку вона має бути внесена компетентним державним органом до відповідного реєстру, а особа повинна отримати охоронний документ - свідоцтво.

При реєстрації торговельної марки необхідно визначити товари і/або послуги, на які необхідно отримати охорону та прокласифікувати їх відповідно до Міжнародної класифікації товарів і послуг.

Позначення, заявлене як торговельна марка, має бути корисним, придатним для маркування товарів і відповідати вимогам промислової естетики і ергономіки. Заявлене позначення має бути новим, тобто невідомим у межах України.

Торговельну марку необхідно реєструвати відповідно до тих товарів і послуг, які будуть вироблятися чи надаватися під цією маркою.

Особа, яка бажає одержати свідоцтво, подає до Установи заявку. Заявка складається українською мовою і повинна містити:

- заяву про реєстрацію знака;
- зображення позначення, що заявляється;
- перелік товарів і послуг, для яких заявник просить зареєструвати знак, згрупованих за МКТП.
- ім'я (найменування) заявника (заявників) та його адресу (місцезнаходження).

Процедура реєстрації торговельної марки проходить декілька етапів від подання заявки до отримання свідоцтва:

- встановлення дати подання заявки;
- формальна експертиза (перевірка документів на відповідність всім вимогам);
- кваліфікаційна експертиза (пошук схожих або тотожних позначень, щодо яких може виникнути сплутування або введення в оману споживача);
- видача свідоцтва, яка здійснюється Установою у місячний строк після державної реєстрації знака.

У відповідності із положеннями ЦК володілець свідоцтва наділений такими майновими правами на торговельну марку:

- право на використання торговельної марки;
- виключне право дозволяти використання торговельної марки;
- виключне право перешкоджати неправомірному використанню торговельної марки, в тому числі забороняти таке використання;
- інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

Поняття «використання торговельної марки» має чітко визначений зміст.

Зазвичай вважають, що «використання» знака означає відтворення його на товарах або при наданні послуг, або при рекламуванні, продажу, імпорту товарів із незаконним використанням знака, або при пропозиції і наданні послуг під

таким знаком. Порушення має місце, якщо використання товарного знака для аналогічних товарів вводить в оману споживача.

Відповідно до ст. 16 ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» використанням знака є такі дії:

- нанесення його на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням знака з метою пропонування для продажу, пропонування його для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення);

- застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої знак зареєстровано;

- застосування його в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет.

Свідоцтво надає його володільцеві виключне право забороняти іншим особам використовувати без його згоди, якщо інше не передбачено законом:

- зареєстрований знак стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг;

- зареєстрований знак стосовно товарів і послуг, споріднених з наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання можна ввести в оману щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги;

- позначення, схоже із зареєстрованим знаком, стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг, якщо внаслідок такого використання ці позначення і знак можна сплутати;

- позначення, схоже із зареєстрованим знаком, стосовно товарів і послуг, споріднених з наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання можна ввести в оману щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги, або ці позначення і знак можна сплутати.

Володільць майнових прав на торговельну марку на підставі ліцензійної угоди може передати свої права правонаступнику або дати будь-якій особі дозвіл на їх використання.

Майнові права інтелектуальної власності на торговельну марку охороняються протягом десяти років з дати, наступної за датою подання заявки на цю марку. Особливістю строку чинності майнових прав на торговельну марку

є передбачена можливість його продовження на 10 років скільки завгодно разів у порядку, встановленому законом.

Однак у певних випадках можливе дострокове припинення чинності майнових прав на торговельну марку.

Підставою для дострокового припинення чинності майнових прав на торговельну марку є перетворення торговельної марки у загальновживане позначення певного виду товарів чи послуг.

Дострокове припинення чинності майнових прав на торговельну марку може мати місце також з ініціативи володільця свідоцтва, зокрема він може у будь-який час відмовитися від нього повністю або частково на підставі заяви, поданої до відповідної установи.

З-поміж того, підставами дострокового припинення прав на торговельну марку є:

- несплата збору за продовження строку дії свідоцтва. Дія свідоцтва припиняється з першого дня періоду строку дії свідоцтва, за який збір не сплачено;

- невикористання торговельної марки в Україні повністю або щодо частини зазначених у свідоцтві товарів і послуг протягом 3 років від дати публікації відомостей про видачу свідоцтва або від іншої дати після цієї публікації.

Зауважимо, що у ст. 19 ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» також регламентовано підстави та порядок визнання недійсним свідоцтва.

Порушенням прав власника свідоцтва, що тягне за собою відповідальність згідно з чинним законодавством України, вважається будь-яке посягання на права власника свідоцтва, в тому числі вчинення без згоди власника свідоцтва дій, що потребують його згоди, та готування до вчинення таких дій, а також використання без його згоди в доменних іменах знаків та позначень (ст. 20 ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»).

Захист прав на знак для товарів і послуг здійснюється у судовому та іншому встановленому законом порядку.

Суди відповідно до їх компетенції розв'язують, зокрема, спори про: встановлення власника свідоцтва; укладання та виконання ліцензійних договорів; порушення прав власника свідоцтва.

Право інтелектуальної власності на географічні зазначення. До по-значень, що індивідуалізують виробника, продукцію, належать географічні зазначення. Вони є своєрідною прив'язкою виробника до місця виготовлення товару, адже фактори географічного розташування певною мірою можуть зумовлювати унікальні якісні показники продукції, що вирізняють її з-поміж 428 інших товарів. До прикладу, назви «Свалявська», «Моршинська», що є географічними назвами, перетворилися у назву товару й асоціюються у споживача з його певними властивостями.

Але на якісні характеристики товару можуть впливати також і виробники цього товару (наприклад, трембіти, мабуть, ніхто краще не зробить від гуцулів).

Обсяг правової охорони географічного зазначення характеризується ще й поєднанням особливих природних властивостей виготовленого товару з людським фактором безпосередніх виробників. Тобто використання географічного зазначення залежить від виду товару, на якісні показники якого впливають природні умови і пов'язаний з ними людський фактор.

В Україні правова охорона географічного зазначення місця походження товарів передбачена у положеннях ЦК (ст.ст. 501-504) та ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів». Коло питань даної сфери відносин регулюється також й іншими нормативно-правовими актами. При цьому слід зауважити, що у ЦК використовується термін «географічне зазначення», а у законі - «зазначення походження товару».

Суб'єктами права **інтелектуальної власності** на географічне зазначення є особа або група осіб, які в заявленому географічному місці виробляють товар, особливі властивості, певні якості, репутація або інші характеристики якого пов'язані з цим географічним місцем; асоціації споживачів; установи, які мають безпосереднє відношення до вироблення чи вивчення відповідних продуктів, виробів, технологічних процесів або географічних місць.

Практика засвідчує, що здебільшого, правоволодільцями права інтелектуальної власності на географічне зазначення є саме виробники. Це пояснюється тим, що виробники зацікавлені в охороні своєї продукції в умовах ринкової **економіки**. Метою їхньої діяльності є недопущення підробок, фальсифікації товарів.

Об'єктами правової охорони зазначення походження товарів у відповідності із законом є просте і кваліфіковане зазначення походження товару.

Під простим зазначення походження товару слід розуміти будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на

географічне місце походження товару. Ним може бути і назва географічного місця, яка вживається для позначення товару або як складова частина такого позначення.

Правова охорона простого зазначення походження товару надається на підставі його використання і полягає у недопущенні використання зазначень, що є неправдивими (фальшивими) чи такими, що вводять споживачів в оману щодо дійсного географічного місця походження товару. Просте зазначення походження товару не підлягає реєстрації.

Кваліфіковане зазначення походження товару охоплює терміни «назва місця походження товару» та «географічне зазначення походження товару».

Під назвою місця походження товару слід розуміти назву географічного місця, яка вживається для позначення товару, що походить із зазначеного географічного місця та має особливі властивості, виключно або головним чином зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами або поєднанням цих природних умов з характерним для даного географічного місця людським фактором.

Географічне зазначення походження товару, у свою чергу, позначає будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару, який має певні якості, репутацію або інші характеристики, в основному зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами чи людським фактором або поєднанням цих природних умов і людського фактора.

Право інтелектуальної власності на географічне зазначення надається за таких умов:

- вона є назвою географічного місця, з якого даний товар походить;
- вона вживається як назва даного товару чи як складова частина цієї назви;
- у вказаному цією назвою географічному місці об'єктивно існують характерні природні умови чи поєднання характерних природних умов і людського фактора, що надають товару особливих властивостей порівняно з однорідними товарами з інших географічних місць;
- позначуваний цією назвою товар має відповідні властивості, що виключно або головним чином зумовлені характерними для даного географічного місця природними умовами чи поєднанням цих умов з характерним для даного географічного місця людським фактором;

- виробництво (видобування) і переробка позначуваного цією назвою товару здійснюються в межах зазначеного географічного місця.

Суб'єктивні права на географічне зазначення. Відповідно до ч.1 ст. 501 ЦК право інтелектуальної власності на географічне зазначення виникає з дати державної реєстрації цього права, якщо інше не встановлено законом. Згідно зі ст. 6 ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів», реєстрації підлягає лише кваліфіковане зазначення походження товарів.

Для реєстрації кваліфікованого зазначення походження товару до Установи подається заявка, яка має стосуватися лише одного зазначення походження товару. Вимоги щодо порядку подачі заявки, її змісту, а також перелік документів, які подаються разом із заявкою окреслені ст. 10 ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів».

Заявником на реєстрацію найменування місця походження товару може бути будь-яка юридична чи фізична особа, яка має намір виробляти товар з характерними для даного географічного об'єкта властивостями або вже виробляє зазначений товар.

Реєстрації кваліфікованого зазначення походження товару передують науково-технічна експертиза заявки, у ході якої здійснюється перевірка цього зазначення стосовно видових назв, внесених до Переліку видових назв товарів. У разі прийняття рішення, що заявка відповідає вимогам щодо правової охорони, відомості про заявку публікуються в Офіційному бюлетені Установи.

Право інтелектуальної власності на географічне зазначення виникає з дати, наступної за датою державної реєстрації, і охороняється безстроково за умови збереження характеристик товару (послуги), позначених цим зазначенням.

Реєстрація в установленому порядку є підставою для видачі відповідного свідоцтва, що посвідчує реєстрацію права на використання кваліфікованого зазначення походження товару, і яке діє протягом 10 років від дати подання заявки. Строк дії свідоцтва продовжується Установою на наступні 10 років на підставі заяви, поданої власником свідоцтва, протягом останнього року дії свідоцтва, за умови надання підтвердження спеціально уповноваженого органу, що власник свідоцтва виробляє товар у географічному місці, зазначеному в Реєстрі, а характеристики товару відповідають характеристикам, занесеним до Реєстру.

Власник свідоцтва має право:

- використовувати зареєстроване кваліфіковане зазначення походження товару;

- вживати заходів щодо заборони використання кваліфікованого зазначення походження товару особами, які не мають на це права;

- вимагати від осіб, що порушили його права, припинення цих порушень і відшкодування матеріальної та моральної шкоди у встановленому законом порядку.

Використанням найменування місця походження товару прийнято вважати застосування його на товарах, для яких воно зареєстровано, а також на його упаковці, в рекламі, проспектах, рахунках та іншій діловій документації, друкованих виданнях, офіційних бланках, вивісках, а також при демонстрації товару на виставках і ярмарках, які проводяться на території держави.

З-поміж того, законодавець у ЦК до прав **інтелектуальної власності** на географічне зазначення відносить право на визнання позначення товару (послуги) географічним зазначенням.

Власник свідоцтва має право також проставляти поруч з кваліфікованим зазначенням походження товару попереджувальне маркування. Воно має застерегти про те, що використовуване найменування місця походження товару зареєстровано у встановленому порядку.

Слід також звернути увагу на особливість права на найменування місця походження товару. Вона полягає у тому, що право на географічне зазначення на відміну від права на торговельну марку не є виключним правом лише одного суб'єкта інтелектуальної власності і, отже, на нього не може бути виключного права на використання. Це означає, що одне й те саме найменування місця походження товару може бути зареєстровано на ім'я кількох заявників - користувачів цим найменуванням.

Рекомендована література

1. Бошицький Ю. Л. Правове регулювання службового винахідництва: проблеми теорії та практики: монографія / Ю. Л. Бошицький, М. М. Яшарова; НАН України. Київський ун-т права, Міжнародний центр правових пробл. інтелект. власності при Інституті держави і права ім. Корещького. - К.: Вид- во Європейського ун-ту, 2012. - 260 с.
2. Інтелектуальна власність [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [Г. М. Остапович та ін.] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2012. - 455 с.

3. Іолкін Я. О. Торговельні марки в Україні та Європейському Союзі : [монографія] / Я. О. Іолкін; Нац. акад. прав. наук України, НДІ інтелект. власності. - К. : НДІ ІВ НАПрНУ : Лазурит-Поліграф, 2011. - 140 с.
4. Коссак В. М. Право інтелектуальної власності / В. М. Коссак, І. Є. Якубів-ський. - К. : Істина, 2007. - 208 с.
5. Право інтелектуальної власності: Академічний курс : підручник для студ. вищих навч. закладів / [Орлюк О. П., Андрощук Г. О., Бутнік-Сівер-ський О.Б. та ін.] ; за ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. - К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. - 696 с.
6. Право інтелектуальної власності у схемах та визначеннях [Текст] : навч. посіб. для студ. юрид. ф-тів вищ. навч. закл. / [О. Г. Бондар та ін. ; за заг. ред. О.Г. Бондаря] ; Держ. вищ. навч. закл. «Запорізь. нац. ун-т» М-ва освіти і науки, молоді та спорту України. - Запоріжжя : Запорізь. нац. ун-т, 2012. - 447 с.
7. Харитонova О. І. Правовідносини інтелектуальної власності, що виникають внаслідок створення результатів творчої діяльності (концептуальні засади) [Текст] монографія / О. І. Харитонova: - О. : Фенікс, 2011. - 343 с.
8. Цивільний кодекс України : Науково-практичний коментар (пояснення, тлумачення, рекомендації з використання позицій вищих судових інстанцій, Міністерства юстиції, науковців, фахівців) : в 12 т. / [за ред. проф. І. В. Спасибо-Фатєєвої]. - Харків : ФО-П Лисяк Л. С., 2009. - (Серія «Коментарі та аналітика»). Т. 6: Право інтелектуальної власності. - 2011. - 592 с.
9. Юскаєв В. Б. Інтелектуальна власність: у 2 ч. / В. Б. Юскаєв. - Суми: Видавництво СумДУ 2009-2010. - Ч. 1. - 2009. - 124 с. Ч. 2. - 2010. - 141 с.
10. Ястремська О. О. Інтелектуальна власність [Текст] : навч. посіб. / О.О. Ястремська; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. - 123 с.