

## ПОНЯТТЯ І ОСНОВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ

*Мищенко Ілля Валерійович*

*студент 4-го курсу юридичного факультету  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка*

Торговельною маркою, згідно Цивільного Кодексу України, 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].

Існує також інше поняття, закріплене в Законі України «Про захист прав на знаки для товарів і послуг». Цей нормативно-правовий акт також регулює суспільні відносини в сфері прав інтелектуальної власності на торговельну марку, і дає наступне визначення: знак - позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб. Окремо Закон виділяє зареєстрований знак, як знак, на який видано свічення [2].

Тобто, складається ситуація, коли в одному правовому полі існує два терміни, що відносяться до однієї і тієї ж сфери суспільних відносин, а саме: «знак для товарів і послуг», закріплений Законом України «Про захист прав на знаки для товарів і послуг» і «торговельна марка», позначена Цивільним Кодексом України. Крім того, на території України існує ще один термін, офіційно не закріплений у законодавстві, однак широко вживаний на практиці, це термін «бренд».

Таким чином, на даному етапі в Україні існує три різні терміни, що позначають приблизно те саме поняття.

Деякі автори схильні вважатися що доцільніше застосовувати в законодавстві України термін «знак для товарів і послуг» [3, с. 17]. Інші вважають, що більш підходящий термін – термін «торговельна марка», який, дорече, відповідає вимогам законодавства ЄС.

На думку Ф.Г. Панкратова, довгий час термін «торговельна марка» використовувався в значенні «товарного знаку». Однак, торговельна марка, на його думку, має більш широке значення, яке він порівнює й практично ототожнює зі значенням англомовного терміна «бренд» і яке не обмежується зовнішньою атрибутикою марки. Очевидно, що поняття бренд, торговельна марка й товарний знак тісно взаємозалежні, але не взаємозамінні. [4, с. 121-122].

Що стосується поняття «бренд», те в цілому проблема брэнда є мало дослідженою як у юриспруденції, так і в маркетингу й у теорії реклами. Класик теорії й практики реклами Девід Огілві визначає бренд як невідчутну сукупність властивостей продукту: його імені, упакування й ціни, його історії, репутації й способу рекламування. Бренд також є об'єднанням враження, яке він створює в споживачів, і результатом їх досвіду у використанні брэнда [4, с. 121-122].

Досить повно суть брэнда розкриває наступне визначення: бренд – це матеріалізований символ відносин між продавцем і покупцем, який базується на певній торговельній марці, фірмовому найменуванні, стилі, слогані, оформлених у вигляді певного візуального продукту й чітко сприйнятої покупцями сукупності функціональних і емоційних елементів, єдиних із самим товаром і способами його представлення [5, с. 25].

Що стосується визначення торговельної марки, закріпленого чинним національним законодавством, те й визначення, яке дає Цивільний Кодекс, і те,

---

яким оперує Закон України «Про захист прав на знаки для товарів і послуг» мають свої недоліки, оскільки: по-перше, у ЦК вказується фраза: «торговельною маркою може минути будь-яке позначення...», однак Закон «Про захист прав на знаки для товарів і послуг» чітко вказує, які позначення не можуть бути торговельною маркою. Так, наприклад, стаття 6 Закону говорить, що не можуть одержати правову охорону позначення, які зображують або імітують: державні герби, прапори, і інші державні символи; офіційні назви держав; емблеми, повні або скорочені назви міжнародних міжурядових організацій; офіційні контрольні, гарантійні й пробірні клейма, печатки; нагороди. Такі позначення можуть бути включені в позначення як елементи, які не охороняють, якщо на це згода відповідного компетентного органа або їх власників. Крім того ще ряд позначень не можуть згідно із законом одержати правову охорону. [2].

По-друге, звернувшись до закордонного досвіду, зокрема Закону Республіки Білорусь, який оперує наступним визначенням: «Товарний знак і знак обслуговування (далі - товарний знак) - позначення, що сприяє відмінності товарів або послуг (далі - товари) одних юридичних або фізичних осіб від однорідних товарів або послуг інших юридичних або фізичних осіб» [6], можна побачити, що законодавець застосовує термін «однорідні товари або послуги», який не враховується при визначенні торговельної марки, що існує на території України. У законодавстві Російської Федерації також використовується термін «однорідні товари й послуги».

Вищевказані положення Закону покликані захистити інтереси як виготовлювача товарів від несумлінної конкуренції, так і споживача, не допускаючи можливості маркування однорідних товарів різних виготовлювачів тотожними або подібними знаками, що привело б до дезорієнтації споживача.

У той же час, Закон не передбачає заборони на реєстрацію різними особами тотожних або подібних до ступеня змішання товарних знаків відносно неоднорідних товарів, тобто таких товарів, у силу власних відмінностей яких навіть при маркуванні їх тотожними товарними знаками споживач не буде вводиться в оману щодо товару або виготовлювача.

Таким чином, на території України у визначення торговельної марки також доцільно внести обмеження щодо однорідності товарів або послуг.

По-третє, визначення законодавства України серед суб'єктів, чиї товари або послуги повинні відрізнитися за допомогою використання торговельної марки, вказує всіх осіб, тобто як юридичних, так і фізичних, що так само не відповідає дійсності, тому що, особа, що не займається господарською діяльністю не має можливості використовувати торговельну марку. А використання торговельної марки є однією з умов надання правової охорони на території України. Дане питання вирішене законодавством Російської Федерації. Так, у Законі Російської Федерації «Про товарні знаки, знаки обслуговування й найменування місць походження товарів» зазначено: Власником виключного права на товарний знак (правовласником) може бути юридична особа або здійснюєчє підприємницьку діяльність фізична особа [7]. Обмеження щодо осіб, яким надана охорона прав на торговельні марки (знаки) закріплені й в інших міжнародних нормативно-правових актах. Дане обмеження доцільне внести й у визначення, закріплене національним законодавством.

Отже, враховуючи всі зазначені зауваження, поняття «торговельна марка» слід сформулювати в такий спосіб: Торговельна марка – позначення, що не суперечить вимогам законодавства, призначене для відмінності товарів або послуг одних юридичних осіб або фізичних осіб – підприємців від однорідних товарів або послуг інших юридичних осіб або фізичних осіб – підприємців.

Наступним проблемним моментом є момент виникнення права власності

на торговельну марку. Так, відповідно до ч.1 ст.16 Закону України « Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» права, які випливають зі свідоцтва, діють із дати подачі заявки. З іншого боку, ч. 2 і 3 зазначеної статті виключне право користуватися й розпоряджатися знаком за своїм розсудом, а також право забороняти іншим особам використання зареєстрованого знака без дозволу власника, надається власникові саме свідоцтвом[2].

Судова практика вважає, що моментом виникнення прав є дата подачі заявки на реєстрацію.

Дане положення слід закріпити й у Законі, для чого треба внести зміни в частину 2 і 3 статті 16 Закону.

### **Список використаних джерел**

1. Цивільний Кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради. – 2003. - № 40-44. – Ст. 356.

2. Про захист прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15 грудня 1993 р. // Відомості Верховної Ради. – 1994. - №7. – Ст. 36.

3. Климчук О. Деякі питання визначення торговельних марок (знаків для товарів і послуг) // Юридичний журнал. – 2006. - № 2. – С. 16-20.

4. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность. – М.: Данников и Ко, 2004. - 526с.

5. Коваленко Т. Товарний знак чи бренд // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. - №2. – С. 23-26.

6. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Республики Беларусь от 15 февраля 1993 г. // <http://www.rada.gov.ua/>

7. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров: Закон Российской Федерации от 23 сентября 1992 // Ведомости Съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ. – 1992. – №42. – Ст. 23-22.

*Науковий керівник - доцент кафедри цивільного права Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат юридичних наук Макода В.С.*

### **РЕЦЕНЗІЯ**

#### **на тези доповіді студента ІV курсу 15 групи юридичного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міщенко Іллі Валерійовича**

#### **на тему „ Поняття і основна характеристика торговельної марки”**

Автором обрано дуже актуальну тему для дослідження, оскільки проблема застосування термінології в законодавстві кожної держави завжди є актуальною, як показник досконалості юридичної техніки при створенні правових норм.

Автором проведено ретельне дослідження такого інституту права інтелектуальної власності як торговельна марка. Доведена правильність застосування у законодавстві України саме терміну «торговельна марка». Паралельно досліджені інші вживані на території України поняття, а саме «знак для товарів та послуг» та «бренд».

На підставі аналізу досліджень науковців, зарубіжної практики та вітчизняного законодавства, автором запропоновано власне авторське визначення торговельної марки. Зроблений висновок відносно необхідності заборони на отримання Свідоцтва на знак для товарів і послуг для фізичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності.

---

Розроблені пропозиції із вдосконалення законодавства України про торгівельні марки та практику його застосування.

Тези доповіді автора відповідають вимогам, які ставляться до такого роду наукових робіт, і можуть бути рекомендовані для оприлюднення на II Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Закарпатські правові читання»(29-30 квітня 2010 року).

Науковий керівник:  
доцент кафедри цивільного права  
Київського національного  
університету імені Тараса Шевченка,  
кандидат юридичних наук

Макода В.Є.

## **РОЗМЕЖУВАННЯ ДОГОВОРУ СУПЕРФІЦІО ВІД ДОГОВОРУ ОРЕНДИ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ**

*Нечай Мирослава Василівна,  
студентка 2-го курсу юридичного факультету  
Київського національного університету ім. Т.Шевченка*

Останнім часом досить часто, особливо в контексті великих будівельних проєктів, використовується такий спосіб отримання права на забудову земельної ділянки як суперфіцій, який виникає на підставі договору чи заповіту. Але оскільки умови договору суперфіціо є схожим на умови договору оренди землі, то важливим є розмежувати ці два види договору та використовувати договір суперфіціо як альтернативу договору оренди землі. Це і визначає актуальність обраної мною теми.

Метою моєї роботи є розмежування договору суперфіціо від договору оренди земельної ділянки і встановлення відмінностей між ними.

Дану тему досліджували: В.В. Цюра, Д.В. Бусуйрук, Є.Першиков, О.Кошовий

Поняття «суперфіцій» походить із римського права, яке виникло завдяки розвитку прав фактичних користувачів земельною ділянкою [8, 49]. Сьогодні за Цивільним кодексом (далі ЦК) суперфіцій визначають як відчужуване речове право користування чужою земельною ділянкою для забудови. Варто зазначити, що на сьогоднішній день у законодавстві не встановлюється перелік спеціальних істотних умов щодо яких сторони повинні домовитися. Такі умови впливають із самої природи цього інституту.

Відповідно до ст.13 Закону України «Про оренду землі» (далі Закону) під договором оренди землі слід розуміти договір, за яким орендодавець зобов'язаний за плату передати орендареві земельну ділянку у володіння і користування на певний строк, а орендар зобов'язаний використовувати цю земельну ділянку відповідно до умов договору та вимог земельного законодавства.

Однією з ознак договору оренди землі є її оплатність. Так, відповідно до ст.15 Закону орендна плата є істотною умовою цього виду договору, відсутність якої є підставою для визнання договору недійсним. Якщо говорити про договір суперфіціо, то встановлення плати за користування земельною ділянкою є правом а не обов'язком власника відповідно до ч.1 ст.414 ЦК [9, 203]. Але відповідно до ст. 2 Закону України «Про плату за землю», використання землі в Україні є платним. Плата за землю справляється у вигляді земельного податку або орендної плати. Суб'єктом