

УДК 347.772(477)

Ю. Л. Бошицький

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПОЗНАЧЕНЬ В УКРАЇНІ

Динамічний розвиток ринкової економіки в світі, глобалізації міжнародної торгівлі, зростання конкуренції між суб'єктами господарювання посилили необхідність ідентифікації послуг та продукції яку учасників ринку. Кожний підприємець намагається формувати власний позитивний імідж, завоювати визнання та симпатію якнайбільшій кількості споживачів. Для цього необхідно, щоб споживачі, конкуренти мали можливість об'єктивно і правильно ідентифікувати як безпосередньо самого суб'єкта господарювання, так і результати його діяльності. Саме для виконання функції індивідуалізації товарів і послуг суб'єктів підприємницької діяльності, для гарантії їх якості, вступово сформувався інститут комерційних позначень, який став конче важливим і надзвичайно ефективним важелем в умовах активізації торгівлі та глобалізації міжнародного торговельного простору.

Комерційні позначення впливають також і на технологічний розвиток через інновації, які використовуються для збереження та підвищення високої якості товарів. В результаті позитивний ефект отримує не тільки сам виробник та споживачі, але й держава. Тому що держава, через розробку сприятливого законодавства, створює відповідні умови для використання засобів індивідуалізації товарів і послуг, що надаються або виробляються конкретними суб'єктами.

Сьогодні в усьому світі комерційні позначення є невід'ємними факторами підвищення конкурентоспроможності продукції та захисту від недобросовісної конкуренції. Отримавши правову охорону як об'єкти права інтелектуальної власності, вони вказують на походження, якість чи репутацію товарів або послуг. До таких позначень відносяться торговельні марки, географічні зазначення і комерційні найменування.

Індивідуалізація створеної людьми продукції та наданих послуг має глибокі історичні коріння. Розрізнення товарів за допомогою певних знаків, символів або позначень завжди були показником високої якості товарів і послуг. В давнину ярлики ремісників вказували на походження товарів з певної майстерні, цеху або місцевості. Їх наносили на посуд, вибивали на камінні, на межах своїх володінь. А користувачів чужими позначеннями, які не мали на це прав, суворо карали.

Аналітичний екскурс до генезису комерційних позначень показує, що з появою гербів їх почали ставити на зброї, меблях, одязі, будинках, майстернях. Їх почали широко використовувати ремісники та купці обов'язково проставляючи на своїх виробках герб цеху. Це не тільки індивідуалізувало ремісника але й автоматично ставило його прибуток у залежність від якості та збуту виробленої ними продукції. В значній мірі все це сприяло розвитку ремісництва та торгівлі, з'явилися водяні

знаки на папері, тому що виробництво паперу вимагало індивідуалізувати його виробника. А знаки гільдій ремісників, відповідно до їх статутів, повинні були чітко визначали походження товару. Майстри в обов'язковому порядку застосовували персональні клейма, які вносилися до спеціальних реєстрів і суворо каралася їх підробка.

Суттєво вплинуло на розвиток комерційних позначень капіталістичне виробництво. Позначення цього періоду мали за мету чітко зафіксувати, кому належить право розпоряджатися певним товаром, отримувати прибутки, а також, хто несе витрати за поставку неякісного товару. Володілець позначення отримав монополне право на його використання у певних межах, які визначалися територією країни, де було видано охоронний документ, який підлягав обов'язковій державній реєстрації.

Подальший розвиток промисловості вплинувши на поступове зростання на ринку величезної кількості товарів різних виробників зумовив і появу конкуренції між їх виробниками. Об'єктивно зростала потреба в необхідності підвищення якості товарів та їх позначенням певними знаками, щоб такі позначення товару чітко вказували на його виробника, свідчили про якість товару. Державна охорона комерційних позначень з'явилася у вигляді законів, які встановлювали кримінальну відповідальність за підробку комерційних позначень, а згодом поширилася і їх цивільно-правова охорона. Так, перші закони, що встановлювали цивільно-правову охорону, насамперед, товарних знаків, були прийняті у другій половині XIX ст. у Франції, Великобританії та Німеччині. Перший закон про товарні знаки Російської імперії також встановив кримінальну відповідальність за підробку товарного знака. Поступово законодавства європейських країн визнали комерційні позначення об'єктами промислової власності та встановили на них виключні права.

Цікаво, що одним з перших радянських нормативних актів щодо комерційних позначень був Декрет Ради Народних Комісарів від 1918 року «О пошлине на товарные знаки». Відповідно до цього декрету підприємства зобов'язані були зареєструвати товарні знаки, які одержали правову охорону ще до жовтня 1917р. Сприяла посиленню правової охорони комерційних позначень того часу і нова економічна політика (НЕП). Пожвавлення товарних відносин зумовило необхідність посилення правової охорони товарних знаків. У 1922 р. було прийнято Декрет «Про товарні знаки», який надав право промисловим і торговим підприємствам індивідуалізувати свою продукцію зовнішнім знаком під час її випуску і збуту на монопольних засадах. За порушення прав на товарний знак встановлювалася цивільна і кримінальна відповідальність. Закон СРСР 1923 року «Про товарні знаки» прийнятий у формі постанови РНК СРСР був поширений на всю територію СРСР.

Потреби розвитку виробництва та міжнародної торгівлі вимагали ефективної охорони прав на комерційні позначення і поза межами країни де було відано охоронний документ. Сьогодні правовій охороні комерційних позначень у всіх країнах світу приділяється підвищена увага. Для ефективного їх використання держави забезпечують цим об'єктам інтелектуальної власності належну правову охорону. Керівникам міністерств і відомств, підприємств компаній всіх форм власності необхідно усвідомити, що комерційні позначення дедалі більше перетворюється на

провідний чинник економічного зростання та міжнародного обміну, стають головним у визначенні ринкової вартості підприємств та у формуванні високого рівня їх конкурентоспроможності. Внутрішній ринок комерційних позначень, пройшовши стадію формування, потребує сьогодні державної підтримки, запровадження єдиної державної політики щодо інноваційного шляху розвитку економіки. Слід зазначити, що на жаль, сьогодні в Україні порушення прав інтелектуальної власності на комерційні позначення посилилися. Широких масштабів набуло нелегальне виробництво ліків та медичних препаратів, мінеральної води, алкогольних та тютюнових виробів маркованих фальсифікованими торговельними марками та географічними зазначеннями. В цьому контексті слід зазначити, що увага до проблем комерційних позначень повинна бути не тільки з боку окремих відповідних державних установ та окремих чиновників фрагментарно. Мова йде про комплексний підхід до розгляду проблеми як практиками, так і науковцями, перш за все економістами, правознавцями, а також підприємцями що виробляють продукцію та надають послуги. Перш за все необхідно застосування ефективних запобіжних заходів для попередження порушення прав на комерційні позначення, удосконалення процедури надання прав на торговельні марки, комерційні (фірмові) найменування, географічні зазначення, зокрема прискорення процедури здійснення експертизи заявок на комерційні позначення. Посилюється необхідність створення підрозділів з питань інтелектуальної власності у галузевих міністерствах і відомствах, а також відновлення роботи патентно-ліцензійних підрозділів в установах, організаціях, на підприємствах.

Стосовно торговельної марки необхідно вирішити на законодавчому рівні ряд питань. Зокрема, йдеться про можливість реєстрації кольору у якості торговельної марки. Згідно підходу Європейського Союзу необхідними умовами для визнання певного позначення торговельною маркою є можливість представлення позначення у графічному вигляді та наявність розрізняльної здатності. Вирішуючи питання про можливість реєстрації кольорів законодавці повинні виходити з позицій створення справедливого балансу між монополією, яка впливає із виключних прав, які має власник торговельної марки та забезпеченням достатньої конкуренції.

Враховуючи те що колір має розрізняльну здатність, при вирішенні питання набуття такої розрізняльної здатності слід використовувати загальні методики, які застосовуються до інших видів торговельних марок. Експертиза заявок, які складаються лише з кольорів, повинна здійснюватись конче детально. Увага повинна акцентуватися на перелік товарів і послуг, щодо яких реєструється позначення та фактичні обставини застосування позначення. Для розвитку нетрадиційних торговельних марок, необхідно забезпечити практично кожній такій марці надійний захист.

Можливості надання правової охорони кольорам щодо нетрадиційних торговельних марок дозволяє стверджувати, що знак повинен дозволяти відрізнити товари різних виробників. Нетрадиційні позначення за певних умов можуть бути зареєстровані у якості торговельних марок. Разом з тим, колір сам по собі може бути торговельною маркою. У більшості випадків колір підлягає реєстрації, якщо він набув розрізняльної здатності шляхом інтенсивного використання. Однак за певних обставин колір може мати природну розрізняльну здатність.

Стосовно географічних зазначень зауважимо, що національне законодавство відповідає у цілому положенням Угоди ТРІПС та вимогам Європейського Союзу. Новий Цивільний Кодекс України визнає лише географічне зазначення об'єктом права інтелектуальної власності. Тоді як за Законом України «Про охорону прав на зазначення походження товарів» кваліфікованими зазначеннями походження є географічне зазначення та назва місця походження товарів. Не можна стверджувати, що Цивільний Кодекс України звужує поняття кваліфікованого зазначення походження товарів. На нашу думку доцільно було б надати нове визначення терміну «географічне зазначення», яке б відповідало визначенню статті 22. 1 угоди ТРІПС. Тоді таке визначення включало б основні ознаки кваліфікованого зазначення походження товарів; і також надавало б можливість зберегти поняття «назва місця походження товарів» як більш вузький підвид кваліфікованого зазначення походження товарів.

Стосовно комерційних (фірмових) найменувань зауважимо, що їх належне правове регулювання є недостатньо ефективним. Потребує законодавчого врегулювання як визначення поняття комерційного (фірмового) найменування, так і суб'єктів права на нього, питання реєстрації, змісту та порушення права на цей вид позначень. Необхідно розробити відповідні нові та привести діючі нормативні акти у відповідність із нормами ЦК. Треба прискорити розробку й прийняття Закону України «Про охорону прав на торговельні марки, географічні зазначення та комерційні найменування». В цьому Законі необхідно визначити поняття комерційного найменування, встановити вимоги до формування його змісту. Аналогічно до ЦК України і до зазначеного Закону необхідно внести положення, відповідно до якого права на комерційне найменування набуваються внаслідок першого використання цього комерційного найменування без подання заявки на нього чи реєстрації цих прав і незалежно від того, є чи не є комерційне найменування частиною торговельної марки.

Стосовно майнових прав на комерційне найменування зазначимо, що вони можуть набуватися на підставі договору, внаслідок злиття, приєднання, поділу, виділу та перетворення юридичної особи, в порядку успадкування та на інших підставах, що встановлені або не заборонені законом. Використанням комерційного найменування повинно визнаватися нанесення його на будь-який товар, 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 комерційним найменуванням з метою пропонування для продажу, пропонування його для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення). А також застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет, у тому числі в доменних іменах.

На нашу думку доцільно передбачити, що чинність прав на комерційне найменування припиняється у разі ліквідації юридичної особи, припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця або за рішенням суду. Однак чинність достроково припинених прав на комерційне найменування може бути відновлено на підставі рішення суду. Необхідно також чітко визначити шляхи вирішення колізій прав на комерційні найменування та торговельні марки, комерційні наймену-

вання та доменні імена. Чітко визначити статус комерційного найменування в разі реорганізації юридичної особи тощо.

Удосконалення чинного законодавства стосовно добре відомих торговельних марок повинно забезпечити реалізацію на практиці наступної мети. Так, необхідно передбачити публікацію відомостей про торговельну марку, визнану добре відомою в Україні, в офіційному бюлетені. Започаткувати спеціальний перелік добре відомих в Україні торговельних марок. Передбачити процедуру оприлюднення інформації про подану в Апеляційну палату заяву щодо визнання торговельної марки добре відомою в Україні з метою залучення до процедури розгляду цієї заяви зацікавлених осіб. Слід чітко визначити з якої дати права на торговельну марку, визнану добре відомою в Україні є чинними. А також те, що власник торговельної марки, визнаної добре відомою в Україні, може вимагати визнання недійсним свідоцтва на торговельну марку, яка є тотожною або схожою із його добре відомою маркою, або припинення її використання, протягом п'яти років від дати видачі свідоцтва на таку торговельну марку.

Спеціальним порядком захисту прав на комерційне найменування у межах юрисдикційної форми є його захист в адміністративному порядку. Так, згідно з нормами Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» власник прав на комерційне найменування може звернутися до Антимонопольного комітету України або його територіальних органів із заявою про вжиття заходів щодо захисту своїх порушених прав. Засобом захисту в даному разі є не позов, а заява, яка подається в письмовому вигляді з додатком документів, що свідчать про порушення прав на комерційне найменування. У процесі розгляду справи Антимонопольний комітет або його територіальні органи мають право вживати заходів для забезпечення виконання рішення, якщо незастосування таких заходів може ускладнити чи унеможливити його виконання. Розпорядження Антимонопольного комітету може бути оскаржене в суді в 15-денний термін від дати його одержання.

Насамперед змін потребують положення щодо термінології Закону та її узгодження з нормами Цивільного кодексу України; визначення компетенції окремих органів державної влади стосовно встановлення певних характеристик, якості, репутації товарів, визначення меж відповідного географічного місця та встановлення зв'язку між відповідними характеристиками, якістю, репутацією товарів та місцем їх географічного походження. Необхідно також передбачити у законодавстві певні критерії щодо встановлення відповідних характеристик, якості відповідних товарів, та критерії встановлення зв'язку між певними характеристиками, якістю товарів та їх географічним походженням.

Вирішення на законодавчому рівні зазначених вище питань сприятиме подоланню існуючих сьогодні проблем правового регулювання комерційних позначень в Україні, цивілізованому розвитку національної економіки, міжнародної торгівлі, надасть надійні гарантії охорони прав суб'єктів господарювання, сприятиме покращенню якості наданих ними послуг та виробленої продукції.

Література

1. Право інтелектуальної власності Європейського Союзу та законодавство України \ За ред. Ю. М. Капіци: кол. Авторів: Ю. М. Капіца, С. К. Ступак, В. П. Воробійов та ін. — К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. — 1104 с.
2. Промислова власність в Україні: проблеми правової охорони: Зб. наук. статей. Під ред. Шемшученка, Ю. С., Бошицького, Ю. Л. — К.: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2004. — 548 с.
3. Актуальні проблеми цивільного права і цивільного процесу в Україні. За ред. Я. М. Шевченко. — К.: ІДП НАНУ, 2005. — С 456.
4. Правова охорона комерційних позначень в Україні: проблеми теорії і практики. — Збірник наукових статей (За заг. ред. Ю. С. Шемшученка, Ю. Л. Бошицького.) — К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2006. 638 с.

УДК 347.763(477)

*Т. О. Колянковська***ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПЕРЕВІЗНИКІВ
ЗА ПРОСТРОЧЕННЯ ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ У ПРЯМОМУ
ЗМІШАНОМУ СПОЛУЧЕННІ**

Від кількості часу, що витрачається на транспортування вантажу, залежить ефективність роботи транспорту, прискорення оборотності транспортних засобів, дотримання збереження вантажів, що перевозяться. Тому своєчасна доставка вантажів в пункти призначення, будучи умовою належного виконання договору перевезення, складає один з основних обов'язків перевізника, за порушення якого він несе майнову відповідальність.

Транспортне законодавство передбачає відповідальність транспортних організацій перед вантажоодержувачем за прострочення в доставці вантажу. Відповідальність перевізників один перед одним за прострочення доставки вантажу в пункти перевалювання транспортні статuti не передбачають.

В той же час питання, пов'язані з простроченням в доставці вантажів, мають найбезпосередніше відношення до перевезень вантажів в прямому змішаному сполученні, оскільки хоча транспортні статuti регламентують лише взаємостосунки перевізників і вантажоодержувачів (які виникають при простроченні в доставці), перевізник має нагоду, у разі стягнення з нього штрафу за прострочення в доставці, звернутися з претензією до іншого перевізника (при перевезеннях вантажів в прямому змішаному сполученні), винного в цьому простроченні. Тому, розглядаючи питання, що стосується прострочення в доставці вантажів в прямому змішаному сполученні, слід враховувати загальне прострочення в доставці вантажів і відповідальність за це прострочення, яке передбачене транспортними статутами. Як правило, загальне прострочення в доставці вантажів нерозривно пов'язане з простроченням в доставці, що допускається різними видами транспорту при перевезенні їх в прямому змішаному сполученні.

Прострочення в доставці вантажу тягне за собою обов'язок перевізника спла-