

## Самостійна робота 6. Основні поняття інтелектуальної власності

Мета: навчальна - навчити основним поняттям теми; виховна - запевнити студентів у необхідності знань з даної теми для подальшої практичної діяльності; сформувати у студентів полілінгвістичне мислення, пасіонарність через любов до української мови, внутрішнє багатство через любов до обраної професії, прагнення до поширення українських традицій через комерціалізацію знань. Домінуючі методи навчання: лекція, евристична бесіда, розповідь. Домінуючі принципи навчання: науковість, виховуюче навчання, зв'язок теорії з практикою

### План.

- 1.1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ
- 1.2. ПРО АВТОРСЬКІ І СУМІЖНІ ПРАВА
- 1.3. ПРО ПРОМИСЛОВУ ВЛАСНІСТЬ
- 1.4. ПРО ПРОМИСЛОВІ ЗРАЗКИ
- 1.5. ПРО ТОВАРНІ ЗНАКИ, ФІРМОВІ НАЗВИ І ЗАЗНАЧЕННЯ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ
- 1.6. НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ

### 1.1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

У самому широкому розумінні інтелектуальна власність - це законодавчо закріплені права на результати інтелектуальної діяльності людини у різних сферах суспільного життя. До прийняття законів з охорони інтелектуальної власності, країни світу, поступово розв'язуючи певні внутрішні і зовнішні проблеми, йшли кожна своїм індивідуальним шляхом.

Узагальнюючи ці завдання можна сказати, що основними з них є:

- бажання економічного та соціального розвитку власної країни;
- стимулювання своїх громадян до творчості, розповсюдження та використання результатів інтелектуального надбання людства;
- потреба у юридичному визнанні майнових та немайнових прав авторів творів та доступу до них власного суспільства.

Витвір людського генію, наприклад, такий як ідея музичного твору або винаходу, не може, на відміну від матеріальних речей, гарантувати від їх використання сторонніми особами лише через те, що хтось інший вже володіє ними. Після того як щось створене людським інтелектом стало відомо громадськості, творець вже не в змозі самостійно контролювати його використання. Саме це і є головним у законодавстві стосовно інтелектуальної власності.

Взагалі законодавство в області інтелектуальної власності намагається забезпечити інтереси авторів творів та інших творців інтелектуальних надбань та послуг, надаючи їм певні, обмежені у часі права, котрі дозволяють останнім контролювати використання своїх творів. Причому ці права відносяться не до матеріальних об'єктів, в котрих може втілюватися результат творчої праці, а до самого породження людського розуму як такого, тобто до самої ідеї об'єкта захисту. Саме останнє і є найважче контролювати творцю або особі, яка представляє його інтереси, коли ідеї автора не є об'єктом правової охорони.

За багаторічною світовою традицією, інтелектуальна власність поділяється на авторське право та промислову власність.

Авторське право надає авторам та іншим творцям інтелектуальних творів в галузі літератури, музики або мистецтва певні права, що дають останнім право дозволяти або забороняти протягом певного обмеженого у часі періоду ті або інші види використання власних творів. В широкому сенсі авторське право включає в себе положення про охорону авторського права в точному змісті цього слова, а також охорону так званих "суміжних прав".

Промислова власність передбачає охорону винаходів за допомогою патентів, захист певних комерційних інтересів за допомогою законодавства на товарний знак і торгову назву, а також законодавства з охорони промислових зразків тощо. Крім того, у поняття промислової власності входить боротьба проти недобросовісної конкуренції.

Конвенція, яка затверджена Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (ВОІВ) проголошує, що інтелектуальна власність об'єднує у собі права, що стосуються :

- 1) літературних, художніх і наукових творів;
- 2) виступів виконавців, фонограм і програм ефірного мовлення;
- 3) винаходів в усіх сферах людської діяльності;
- 4) наукових відкриттів;
- 5) промислових зразків;
- 6) товарних знаків, знаків обслуговування і торгових назв і позначень;
- 7) запобігання недобросовісної конкуренції;
- 8) усіх інших прав, що є результатами інтелектуальної діяльності у промисловій, науковій, літературній або художній галузях.

Види творів, що згадані у пункті 1, регулюються авторським правом. Права, котрі даються у пункті 2, зазвичай зветься суміжними правами, тобто правами в області суміжними з авторськими. Види діяльності, наведені у пунктах 3, 5, 6 є об'єктами охорони промислової власності. Сюди ж, згідно Паризької конвенції про охорону промислової власності, можна віднести і пункт 7. Промислова власність, як правило, включає винаходи та промислові зразки. У документах ВОІВ пропонується таке найпростіше визначення: винахід є новим рішенням технічної проблеми, а промислові зразки є творінням в області естетики, що визначає зовнішній вигляд виробу. Крім того, до промислової власності відносять: товарні знаки, знаки обслуговування, торгові назви і позначення, включаючи показники походження товару і назву місця походження, а також боротьбу проти недобросовісної конкуренції.

Об'єкти, що згадуються у пункті 4 - наукові відкриття - не можуть бути віднесеними ні до одної з двох сфер інтелектуальної власності. Взагалі, у світі існує думка, що наукові відкриття зовсім не повинні згадуватись серед різних форм інтелектуальної власності, тому що ні один національний закон або

міжнародна угода не надає прав власності на наукові відкриття. Женевська угода по міжнародній реєстрації наукових відкриттів (1978 р.) визначає наукове відкриття як "визнання явищ властивостей або законів матеріального всесвіту, не визнаних раніше і тих, що піддаюся перевірці". Винахід - це нове рішення конкретних технічних проблем. Такі рішення, природно, мають ґрунтуватися на властивостях або законах матеріального світу, бо інакше їх було б неможливо впровадити за допомогою технічних засобів. Однак ці закони або властивості не обов'язково мають входити до категорії "не визнаних раніше". Винаходи знаходять нове застосування або нове технічне використання таких властивостей і законів незалежно від того, визнані вони чи ні.

## 1.2. ПРО АВТОРСЬКІ І СУМІЖНІ ПРАВА

Авторське право має відношення до художніх творів (поезія, романи, музика, живопис, кінофільми тощо). У більшості європейських мов використовується не англійський термін (copyright - копірайт), що у буквальному перекладі означає - право на виготовлення копій. У терміні "копірайт" власне наголос робиться на основну дію, яка по відношенню до літературних або інших художніх творів може виконуватись лише самим автором або з його дозволу. Мова тут іде про тиражування літературного або інших творів, таких, як книга, картина, скульптура, фотографія або кінофільм тощо. У терміні ж "авторське право" за головне взято особистість автора художнього твору, чим підкреслюється той факт, що у законодавстві багатьох країн визнається, що автор має певні правові повноваження по відношенню до свого твору, наприклад, перешкоджати його викривленому відтворенню, яке може бути зроблено лише виключно самим автором або з його волу. У той самий час інші права, такі, як право на виготовлення прим.рників, можуть здійснюватись іншими особами, наприклад, видавцем, який отримав для цього ліцензію від автора

Суміжні права означають права, суміжні з авторським правом. Зазвичай вважається, що існує три різновиди суміжних прав:

- права виконавців на їх виконання;
- права виробників фонограм та відеограм на їх фонограми і відеограми;
- права організацій ефірного мовлення на їх радіо- і телепрограми.

Захист інтересів авторів складається не тільки із запобігання недозволеного використання їхніх творів. У кінцевому підсумку їх твори саме і призначені для того, щоб бути доведеними до широкого загалу. Різні категорії творів доводяться до загального відома різними методами. Наприклад, видавець відтворює рукопис літературного твору у кінцевому вигляді, не додаючи нічого до того, що було створено автором. Інтереси книговидавців охороняються на основі прав, переуступлених їм авторами або ліцензією, що придбана в останніх.

Дещо інша ситуація має місце з драматичними або музичними творами. У процесі їх доведення для загального відома такі твори повинні виконуватись або декламуватись виконавцями. У цих випадках, при індивідуальному трактуванні твору слід також враховувати необхідність охорони інтересів і самих виконавців.

Розвиток техніки звукозапису і можливість відносно легкого відтворення записів зробили необхідним також забезпечення юридичного захисту прав виробників фонограм. Широка доступність на ринку все більш ефективних записуючих пристроїв викликала до життя постійно зростаючу, і зараз досягнувши світового масштабу, проблему піратства у цій галузі. Більш того, звукозаписи часто використовуються організаціями ефірного мовлення, і, хоча з одного боку, таке використання і забезпечує рекламу для різних видів звукозапису та їх виробників, з іншого - вони стали невід'ємною складовою частиною щоденних програм організацій ефірного мовлення. І як наслідок цього, точнісінько так, як і виконавці, виробники цієї продукції також бажають захистити свої власні інтереси. Тому виробники фонограм розпочали боротьбу проти недозволеного тиражування записаних ними фонограм, а також за винагороду при їх використанні в ефірі різними студіями тощо.

І нарешті, організації ефірного мовлення також мають певні інтереси стосовно власних програм, і бажають перешкодити їх недозволеній ретрансляції іншими компаніями.

Важливо пам'ятати, що під охорону підпадають форми висловлювання ідей автора, а не самі ідеї. Наприклад, якщо автор друкує у вигляді журнальної статті короткий виклад власних ідей, як збудувати певний пристрій, це не може завадити третій стороні використати ці ідеї для створення такого пристрою. Однак авторське право захищає автора від розповсюдження примірників його статті без дозволу автора. Що стосується самого пристрою, то на нього не розповсюджується охорона в зв'язку з авторським правом, але воно може бути захищено в інший спосіб, наприклад, як винахід - об'єктом промислової власності. Головне тут те, що ідеї як такі не охороняються авторським правом. Якщо хто-небудь оприлюднив власні ідеї, наприклад, у ході публічної лекції, але не має відповідного патенту або не захистив їх авторським свідоцтвом, то у нього немає ЖОДНИХ шансів та засобів запобігти іншим її використанню. Однак, після того як ідея була втілена у матеріальній формі, виникає авторське право на слова, музикальні ноти, малюнки тощо, у формі яких ця ідея втілена. Тому для того, щоб підпадати під охорону згідно з авторським правом, твір має бути оригінальним.

Остаточна фіксація твору у матеріальній формі, наприклад, написання, друк, фотографія, звуко- або відеозапис, скульптура, архітектура, живопис, відтворення у графічній формі тощо зовсім не є обов'язковою передумовою для її охорони. Однак деякі країни, в основному ті, у яких прийнята англо-американська юридична система, вимагають тієї або іншої фіксації твору до того як йому буде надана правова охорона, роблячи це з міркувань використання такої форми як доказ на випадок судового позову.

Охорона об'єктів авторського права зовсім не залежить від якості або цінності твору. Твір буде охоронятися незалежно від того чи вважається він бестселером, чи невдалим. Охорона також не залежить від мети створення

твору, тому що можливе використання твору не має відношення до надання йому охорони.

При умові порушення прав передбачаються санкції. Будь-яке неДозволене використання твору, який охороняється авторським правом, у тих випадках, коли такий Дозвіл вимагається згідно закону, є порушенням авторських прав. Наприклад, відтворення, публічне виконання, передача в ефір або будь-яке інше повідомлення Для загального віДома, проведене без Дозволу, переробка у будь-яку іншу форму без Дозволу автора, плагіат тощо, є порушенням авторських прав, що тягне за собою певні юридичні санкції До порушника. Для компенсації збитків, нанесених в результаті такого порушення, у законі передбачаються відповідні санкції. У залежності від серйозності порушення санкції можуть бути адміністративними, цивільними чи кримінальними.

І, нарешті, є загальновизнаним, що комплекс прерогатив, котрі складають авторське право, повинен бути визнаним і таким, що охороняється протягом життя автора. Після його смерті охорона продовжується протягом, як правило, 70 років. Вважається, що такий термін визначає справедливий баланс між підтриманням матеріальних прав автора та потребами суспільства мати доступ до великих досягнень культури. По закінченні терміну охорони твір стає загальним надбанням людства і може використовуватись без спеціального дозволу.

### 1.3. ПРО ПРОМИСЛОВУ ВЛАСНІСТЬ

#### 1.3.1 Патенти на винаходи

Винахід - це ідея, що робить можливим практичне розв'язання конкретної технічної проблеми у різних галузях. Як правило, винаходи охороняються патентами, які зветься - "патенти на винахід". Більшість країн світу, як, до речі і Україна, надають правову охорону винаходам за допомогою патентів. Хоча є декілька країн, у яких використовуються і інші форми захисту винаходів, наприклад, авторське свідоцтво.

Основна мета світової патентної системи - забезпечення прогресу у різних галузях промислових технологій. З цією метою передбачено заохочення авторів технічних удосконалень та сприяння розкриттю останніх для загального блага. Це, безперечно краще, ніж таємне використання винаходів. Будь-яка особа, яка удосконалила той або інший оригінальний виріб чи спосіб його виготовлення, нову речовину тощо, може, після розкриття всіх деталей Патентному відомству своєї чи іншої країни, одержати певний набір виключних прав на обмежений час. По закінченню цього періоду винахід входить до загальнолюдської технічної скарбниці. Потреба надання виключних прав автору обґрунтовується дуже просто. Адже, якщо б винахідник не розробив і не розкрив свій винахід, то ніхто так і не зміг би скористатися ним як на момент виникнення, так і у будь-який час після цього і усе могло б взагалі залишитись невідомим. Крім того, надання монопольних прав активно сприяє впровадженню корисних новацій, тому що це надійний шлях здобуття матеріальної винагороди заявником. У результаті використання винаходу самостійно останній одержує матеріальні переваги перед конкурентами або дістає зиск завдяки дозволу на використання винаходу, що надається третій особі за ліцензійною угодою.

Не всі винаходи є патентоспроможними. У більшості випадків Закон передбачає, що для того, щоб бути патентоспроможним, винахід повинен бути новим, мати винахідницький рівень і можливість промислового використання. Ці три вимоги відомі як умови патентоспроможності.

Зазвичай у світі розрізняються винаходи виробу та способу. Винахід нового сплаву є прикладом винаходу виробу. Винахід способу одержання нового сплаву є прикладом винаходу способу. Відповідно і патенти мають назву "патент на пристрій" або "виріб і патент на спосіб".

Охорона, що надається патентом на винахід, означає, що будь-хто з бажаючих використати винахід має спочатку одержати дозвіл на таке використання від особи, яка є власником патенту, тобто патенто-власника. Використання запатентованого винаходу без такого дозволу власника є



протизаконним. Строк охорони, що надається патентом обмежений і у більшості країн складає 20 років після дати подачі заявки на його одержання.

Права, що надаються патентом, визначаються патентним законодавством країни, яка його видала. Ці права, називаються виключними правами на використання винаходу і, як правило, означають:

- у випадку патенту на пристрій - право виготовлення, використання, продажу і імпортування виробу, котрий містить у собі винахід;
- у випадку патенту на спосіб - право використовувати спосіб, який включає винахід, а також право виготовляти, використовувати, продавати і імпортувати вироби, котрі були виготовлені за допомогою цього способу.

Як вже згадувалось, особа, яка використовує запатентований винахід без дозволу патентовласника, чинить протиправні дії. Однак, з цього правила існують певні винятки. Патентне законодавство більшості країн, і України також, передбачає випадки, у яких запатентований винахід може бути використаний і без згоди патентовласника. Наприклад, не вважається протиправним використання винаходу від імені держави особою, яка діє в інтересах суспільства на основі так званої примусової ліцензії. Примусова ліцензія є дозволом на використання винаходу, що видається уповноваженою на це урядовою установою. У нашій країні - це Державний департамент інтелектуальної власності. Як правило, такі дії передбачається законом у виключних випадках. За законодавством України це запроваджується тільки тоді, коли юридична особа, яка бажає використати запатентований винахід, не в змозі дістати прямий дозвіл патентовласника. Умови видачі примусових ліцензій докладно регулюються законодавством країн, де видали патент на цей винахід. Так постанова про видачу примусової ліцензії, як правило, включає обов'язкову вказівку про винагороду для патентовласника. Однак слід пам'ятати, що такі постанови можуть заперечуватись патентовласником у судовому порядку.

### 1.3.2. Корисні моделі

Іншою формою охорони винаходів є реєстрація та видача патентів на корисну модель. Вислів корисна модель використовується для назви певних видів винаходів. У більшості національних законодавств, і українського також, у цю категорію включаються винаходи в області механіки. Об'єктами корисних моделей є пристрої та пристосування.

Корисні моделі, як правило, відрізняються від винаходів, на які видаються звичайні патенти, за такими трьома параметрами:

- рівнем проведеної експертизи (проводиться лише формальна експертиза, в ході якої встановлюється належність зазначеного у заявці об'єкта до переліку об'єктів, які можуть бути визнані корисною моделлю, і відповідність заявки та її оформлення встановленим вимогам);
- максимальний термін охорони, передбачений законом для корисної моделі, значно менший ніж у випадку винаходу;
- мито за видачу та підтримання чинності корисної моделі, як правило, також менше ніж для винаходу.

Більше того, у деяких країнах також існують певні розходження в процедурі надання охорони корисної моделі. Дана процедура займає звичайно менше часу і простіша ніж у випадку патенту на винахід. Останнє, деколи, робить цей вид охоронного документа досить привабливим для використання за обмежені фінансові можливості і потребі прискорення впровадження винаходу.

Корисні моделі покликані заохочувати винахідників до більш активного використання власних знань та вмінь винахідників у справі вдосконалення виробництва. Крім того, така схема прискореного надання правової охорони винаходам дуже корисна у процесі пошуку інвесторів. Адже кошти, що вкладаються в розробку і охорону технічних рішень, які задовольняють критеріям патентоспроможності, швидше обертаються і приносять більше дивідендів, що не може не цікавити потенційних інвесторів. Причому вартість такої охорони значно менша, а процедура звичайно простіша і коротша ніж у випадку з патентами на винахід. Як наслідок, корисні моделі являють значний

інтерес для малого та середнього бізнесу і є дієвим інструментом розвитку економіки країн, що розвиваються.

Слід зауважити ще один з аспектів використання охорони винаходів у вигляді патентів на корисну модель. Деякі винаходи просто не відповідають усім вимогам патентоспроможності, наприклад, не мають відповідного винахідницького рівня. У такому випадку корисна модель стає компромісним рішенням. Однак треба бути свідомим того, що, з іншого боку, система звичайних патентів не застосовується до незначних технічних удосконалень і тим самим не девальвується.

#### 1.4. ПРО ПРОМИСЛОВІ ЗРАЗКИ

У самому широкому плані промисловий зразок може бути визначений як орнаментальне або естетичне зовнішнє оформлення конкретного виробу. Орнаментальне зовнішнє оформлення може включати у себе форму і (або) орнамент і (або) колір виробу. Крім того, це орнаментальне або естетичне оформлення має бути приємним для погляду. Виріб повинен легко піддаватися промислому тиражуванню. Звідси і назва "промисловий зразок". Якщо цей останній критерій не задовольняється, об'єкт кваліфікується як твір мистецтва, і підпадає під охорону за законом про авторські права, а не про промислову власність.

У відповідності до законодавства ряду країн, для того щоб підпадати під охорону, промисловий зразок має бути новим; за законами інших країн, він має

бути оригінальним тощо. В Україні промисловий зразок підпадає під охорону, якщо він відповідає умовам патентоспроможності, тобто - є новим і промислово придатним.

Промислові зразки, за звичай, охороняються від недозволеного виготовлення виробів або їх імітації. Термін охорони у різних країнах різний і складає від 5 до 15 років. В Україні промисловий зразок охороняється протягом 10 років.

У світовій практиці документ, що засвідчує охорону промислового зразка, може зватися свідоцтвом про реєстрацію або патентом. В останньому випадку до слова "патент" завжди має додаватися вислів "на промисловий зразок". В Україні промисловий зразок також охороняється патентом.

З розквітом мистецтва дизайну за останні кілька років в світі все більше намагаються поєднати "красиве та корисне". Тобто, намагаються щоб функціональність виробів поєднувалась з їх приємним зовнішнім виглядом. Як наслідок цього - фірми-виготовлювачі збільшують витрати на дизайнерські розробки. Відповідно охорону результатів творчої праці дизайнерів забезпечують шляхом реєстрації відповідних промислових зразків. Слід підкреслити, що ігнорування роботою дизайнерів обходяться фірмі дуже дорого.

## 1.5. ПРО ТОВАРНІ ЗНАКИ, ФІРМОВІ НАЗВИ І ЗАЗНАЧЕННЯ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ

### 1.5.1. Товарні знаки

Ідея товарного знаку не є новою. Вже протягом багатьох сторіч купці та промисловці мітять свої вироби спеціальними знаками, що відрізняють їх від продукції конкурентів. Однак протягом тривалого часу використання товарних знаків було обмежено лише деякими видами товарів, що продавалися далеко від тих місць, де вони були виготовлені. Більша частина товарів споживалась на місці і не потребувала таких знаків. Сучасні товарні знаки, тобто ті знаки, які ми бачимо сьогодні, вперше з'явилися у XVIII столітті у результаті розширення міжнародних зв'язків та прийняття законів, які гарантували свободу торгівлі. Подальше швидке зростання внутрішньої і міжнародної торгівлі об'єктивно потребувало більш широкого використання товарних знаків як засобу ідентифікації і визнавання товарів в інтересах і виробників, і торгівців, і споживачів.

Після закінчення Другої світової війни безпрецедентне зростання міжнародної торгівлі призвело до ще більшого використання товарних знаків на всіх континентах і всіх видах економічної діяльності. Сьогодні ми

практично стикаємось з ними всюди, починаючи з реклами товарів, у всіх засобах масової інформації і закінчуючи прилавками магазинів.

#### 1.5.1.1 Функції товарних знаків

Використання товарних знаків має на меті одночасне виконання декількох завдань. З точки зору потенційного покупця, товарний знак має допомогти йому прийняти рішення про придбання цього чи іншого товару. Тобто, потенційний покупець, що потребує товару з певними якостями чи іншими характеристиками, повинен мати чіткий дороговказ. Таким чином, першою з функцій товарного знаку є передача споживачеві інформації про виробника і його товар.

Другою функцією товарного знаку є власне можливість виробнику упізнати свою продукцію серед інших аналогічних товарів після того, як вони перейшли у володіння третіх осіб, наприклад, магазинів.

Третя функція товарного знаку - Допомога Державним органам, що відповідають за контроль якості або інші характеристики товарів.

Однак, у сфері торгівлі обертаються не тільки товари але й послуги. Останні надаються транспортними та страховими компаніями, бюро подорожей та екскурсій, рекламними агенціями тощо. Підприємства сфери послуг, наприклад, готелі, ресторани, авіалінії, агенції з прокату автомобілів, хімчистки тощо, відповідно використовують "знаки обслуговування", які фактично є їх візитною карткою.

#### 1.5.1.2. Значення товарних знаків Для економіки

Сьогодні товарні знаки широко використовуються практично в усьому світі. У країнах, що розвиваються, і промислово розвинутих, країнах з ринковою і плановою економікою, всюди вони відіграють важливу роль в маркетингу і торгівлі. У товарних знаках однаково зацікавлені ті, хто пропонує товари та послуги на ринок, тобто виробники, дистриб'ютори, оптовики та роздрібна торгівля, а також споживачі та державні органи і вся економіка країни в цілому.

Товарний знак дозволяє фірмі, що його використовує, звернути увагу потенційних покупців на існування власного товару. Крім того, він сприяє приверненню уваги споживачів до виробів, що марковані певним товарним знаком. Після того, як покупець познайомиться з товаром, настільки добре, щоб відрізнити його від інших аналогічних виробів на ринку, знак стає потужною зброєю. Адже він дозволяє споживачеві, що віддає йому перевагу, оперативно відшукувати потрібний товар. Відповідно, можна стверджувати, що одним з основних аспектів, що забезпечив фірмі високу репутацію, є її товарний знак. Основною цінністю товарного знаку є асоціації між власником товарного знаку і виробом. Це стимулює попит на відповідні товари, дозволяючи їм успішно конкурувати на ринку з аналогічними. Після того як товарний знак завоював добру репутацію в своїй країні, товару стає значно легше проникати на нові ринки. Тим самим стимулюється експорт вітчизняних товарів, що додатково наповнює бюджет і сприяє покращенню життєвого рівня населення країни.

Використання товарних знаків супроводжується також значними і різноманітними перевагами для споживачів. Застосування знаків дозволяє ознайомити покупців з товарами і послугами, запропонованими на ринку, і допомагає їм швидше орієнтуватися відносно походження товару. Крім того, як вже згадувалось, товарний знак суттєво спрощує споживачеві вибір між аналогічними товарами та послугами. Усі ці фактори є великим стимулом конкуренції. У кінцевому підсумку це активно сприяє розширенню асортименту товарів, зменшенню їх ціни та підвищенню якості, від чого усі тільки виграють.

Ефективна система товарних знаків також сприяє захисту споживачів від різних форм недобросовісної торгівлі. Так, наприклад, законодавством забороняється використання знаків, що вводять в оману, або можуть бути сплутані з іншими знаками. У багатьох країнах світу взагалі відсутнє законодавство з охорони прав споживачів, а у тих з них, де таке законодавство існує, споживачі, як правило, не можуть забезпечити охорону своїх прав. У

цих випадках законодавче поле по товарних знаках є єдиним дієвим засобом судового захисту прав споживачів.

Товарні знаки корисні державним органам, котрі відповідають за перевірку якості та інших характеристик товарів та послуг. Товарні знаки можуть допомогти їм, наприклад, упізнати товари та послуги, що не відповідають вимогам закону та нормативних документів. Крім того, полегшується робота експертів з виявлення товарів за результатами скарг. І, нарешті, реєстрація товарних знаків є корисним джерелом статистичної і економічної інформації для державних органів.

Тобто, кожна країна зацікавлена у створенні ефективно працюючої системи, яка забезпечує надійну охорону товарних знаків. Бо її використання у повній мірі задовольняє законні інтереси споживачів і держави. Таким чином, товарні знаки вносять свій посильний вклад в економічний розвиток країни.

Однак не слід забувати, що не сам товарний знак створює якість, а саме якісний товар через товарний знак впливає на свідомість споживача, створюючи популярність відповідному бренду.

#### 1.5.2. Фірмова назва

Фірмова назва включає у себе назву, терміни або найменування. Це потрібно для впізнання фірми, її ділової діяльності. Крім того, фірмові назви допомагають відрізнити фірму від інших виробників подібних товарів. Товарні знаки, як відомо, відрізняють товари та послуги одного виробника від іншого, а відповідно найменування фірми ідентифікує усі підприємства незалежно від товарів та послуг, що реалізуються ними на ринку. Одночасно фірмова назва є символом її репутації та реноме. Таким чином, фірмова назва є цінним активом, а також джерелом корисної інформації для споживачів. Тобто охорона найменувань, у рівній мірі відповідає як інтересам виробників, так і споживачів. Бо усі зацікавлені в тому, щоб були передбачені правові інструменти, якими можна запобігати використанню фірмової назви способами, що можуть ввести в оману або призвести до їх змішування.

Фірмові назви є об'єктом охорони за законодавством більшості країн, однак правові режими, що регулюють їх використання, змінюються в широких межах від країни до країни. Як правило, вони визначаються комбінацією положень цивільного і торгового законодавств, а також законів, які регулюють діяльність компаній, використання товарних знаків і (або) законів у галузі недобросовісної конкуренції і (або) спеціальних законів по фірмовому найменуванню. У багатьох країнах передбачена система реєстрації фірмових назв, хоча між ними є значні відмінності за територіальним принципом, охоплення території, а також з точки зору правових наслідків реєстрації.

### 1.5.3. Зазначення походження товару

В українському законодавстві, термін зазначення походження товару є складним, комплексним поняттям. По суті воно складається з двох інших термінів, а саме: простого і комплексного зазначення походження товару. Просте зазначення походження товару, під яким розуміють будь-яке словесне чи зображувальне (графічне) позначення, що прямо чи опосередковано вказує на географічне місце походження товару (наприклад, "Зроблено в Україні"). Кваліфіковане зазначення походження товару, у свою чергу, також є складним поняттям і включає у себе ще два терміни, а саме: назву місця походження товару та географічне зазначення походження товару. Перший термін означає назву географічного місця, яка вживається як позначення у назві 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; наприклад, "Бордо", "Шабське", "Торчин продукт" тощо. Географічне зазначення походження товару, а саме: назва географічного місця, яка вживається як позначення у назві товару, що походить із цього географічного місця та 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, наприклад, "Тулський самовар"; "Українська з перцем", "Подільський смак", "Львівське пиво" тощо.

Назва місця походження товару і географічне зазначення походження товару визначають джерело або походження виробу, або послуги, для яких вони використовуються. Географічне зазначення походження товару, однак, виконує ще одну функцію. У той час, як назва місця походження товару визначає лише джерело походження виробу, географічне зазначення походження товару додатково вказує на характерні якості товару, які визначаються географічним районом його походження, що фігурує у назві. Більш того, будь-який вираз або знак, що вказує прямо або опосередковано на географічне місце походження виробу, може також слугувати як вказівка походження. Назва місця походження товару завжди є географічною назвою, як правило, - це назва країни, регіону походження товару, хоча, у деяких випадках, воно може служити вказівкою на конкретний географічний район без згадки його імені.

Правове визнання та охорона назви місця походження товару та географічного зазначення походження товару являє загальний інтерес, тому що вони передають споживачам важливу інформацію про географічне походження товарів та послуг. І, крім того, у опосередкованій формі повідомляють про притаманну товару традиційно високу якість і певні специфічні характеристики. Географічне зазначення походження товару додатково допомагають споживачеві з прийняттям рішення про придбання тих або інших товарів і часто є потужним засобом впливу на це рішення. Неправильне або неправомірне використання географічної вказівки може вводити споживачів в оману відносно географічного місця походження товару чи послуги, що у деяких випадках наносить їм значних збитків.

Більше того, підприємство, яке неправомірно використовує географічну вказівку, може не тільки ввести суспільство в оману, але й дістати неправомірну перевагу над конкурентом, включаючи тих, хто справді працює у тому географічному районі, котрий фігурує у вказівці. Це неприпустимо, бо

може призвести до втрати фірмою частини або усіх своїх клієнтів, а також свого доброго імені. Тому фірмова назва має бути надійно законодавчо захищена від подібних дій недобросовісних конкурентів. Прикладом до вищезгаданого може послужити скандал, що розгорівся ще за радянських часів при спробі поставляти на світовий ринок "Советское шампанское". Адже відомо, що здавна назва "Шампанське" асоціюється тільки з французькою провінцією Шампань.

## 1.6. НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ

Захист від недобросовісної конкуренції вже більше століття вважається частиною системи охорони промислової власності. Її визнання у такій якості було вперше зроблене ще у 1900 році на Брюссельській дипломатичній конференції і в подальшому розвинуто при перегляді Паризької конвенції з охорони промислової власності, коли в текст Конвенції була внесена стаття 101315, яка у своєму первісному варіанті зазначала: "Громадяни країн, що приєдналися до Конвенції (статті 2 і 3), користуються у всіх країнах Союзу охороною, наданої власним громадянам проти недобросовісної конкуренції". Після змін, внесених на наступних конференціях Конвенції, текст Стокгольмського акту (1967 р.) Паризької конвенції включає такі вимоги:

1. Країни Союзу зобов'язані забезпечити громадянам країн, котрі приймають участь у Союзі, ефективний захист від недобросовісної конкуренції.

2. Актом недобросовісної конкуренції вважається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торгових справах.

3. Зокрема, підлягають забороні:

- усі дії, здатні будь-яким чином викликати змішування по відношенню до підприємств, продуктів промислової або торгової діяльності конкурента;

- помилкові твердження під час здійснення комерційної діяльності, здатні дискредитувати підприємство або продукти, промислову чи торгову діяльність конкурента;

- вказівки або твердження, використання котрих при здійсненні комерційної діяльності можуть ввести суспільство в оману щодо характеру, способу виготовлення, властивостей, придатності до застосування або кількості товару.

У коментарі до Типового закону для країн, що розвиваються, по товарних знаках, найменуванням фірм і недобросовісній конкуренції наступні 12 видів діяльності віднесені до недобросовісної конкуренції:

- підкуп покупців конкурента з метою залучення їх на свою сторону як покупців;

- промислове шпигунство чи підкуп службовців конкурента з метою розвідування ділової або комерційної таємниці;

- використання чи розкриття без дозволу зведеного технічного «ноу-хау» конкурента;

- підштовхування службовців конкурента до порушення договорів з найму чи до звільнення з роботи в конкурента;

- погроза на адресу конкурентів подати позов за порушення патенту чи товарного знаку, якщо така погроза робиться недобросовісно з метою скорочення товарного обігу конкурента і для перешкоди конкуренції;

- бойкотування торгівлі для перешкоди конкуренції або її запобігання;

- демпінг, тобто продаж нижче собівартості, з метою перешкодити конкуренції, якщо демпінг призводить саме до такого наслідку;

- створення враження, що пропонуються незвичайно сприятливі умови покупки, якщо це не відповідає дійсності;

- рабське копіювання товарів, послуг, реклами і інших характеристик комерційної діяльності конкурента;

- заохочення конкурента до невиконання контракту чи використання такого для своєї мети;
- реклама, що містить порівняння з товарами чи послугами конкурента;
- порушення положень законів, що не мають прямого відношення до конкуренції, з метою одержання шляхом такого порушення несумлінної переваги над іншими конкурентами.

Зазвичай права промислової власності, закріплюються, наприклад, у патентах і одержуються шляхом подачі відповідної заявки до патентного відомства. Такі дії наділяють патентовласника виключними правами по відношенню до об'єкта охорони. У той самий час захист від несумлінної конкуренції ґрунтується не на наданні прав, а на твердому переконанні суспільства, що дії, які йдуть врозріз із загальноприйнятою чесною комерційною практикою і неприпустимими. Однак, чесна гра на ринку не може забезпечуватись виключно шляхом охорони прав промислової власності. У світі існує широке коло недобросовісних дій, таких, які виникають через рекламу, що вводить в оману споживача або через порушення комерційної таємниці тощо. Усі ці конкретні дії зазвичай, не розглядається законами в галузі охорони промислової власності.

У деяких випадках недобросовісної конкуренції простежується зв'язок між цими двома видами охорони. Наприклад, у багатьох країнах взагалі заборонено використання товарних знаків, які не були зареєстровані. Це вважається протиправним на підставі загальних принципів в галузі охорони проти недобросовісної конкуренції. У ряді країн таке недозволене використання відоме як видавання одного товару за інший. Приклад такого роду можна знайти і в галузі винахідницької діяльності. Наприклад, якщо винахід не розкривається і не розглядається комерційною таємницею, здійснення третьою стороною визначених дій по відношенню до цієї комерційної таємниці заборонено і трактується як протиправне. Більш того, здійснення визначених дій по відношенню до винаходу, що не був

обнародований і не запатентований або у відношенні якого термін патенту вже минув, у ряді особливих випадків також може трактуватися як протиправне, наприклад, при його "рабській імітації".

Розв'язання питання, що є недобросовісним чи нечесним, у значній мірі визначається економічними і соціальними реаліями у конкретному місці й у конкретний момент часу. Законодавство у галузі недобросовісної конкуренції залежить від мінливих обставин і реалій сьогодення. З одного боку, воно може визначити міцні правові рамки, а з іншого боку - досить гнучку норму для формулювання і застосування заходів. Законодавство може коректуватися у світлі конкретних та постійно мінливих соціальних і економічних умов у тій чи іншій країні. Крім того, воно може служити ефективним засобом боротьби проти визначених законодавством видів недобросовісних дій, що створюють проблеми в галузі торгівлі.

Викладачем перед студентами на початку лекції було поставлено запитання проблемного характеру: «Чому, на Вашу думку, доцільно опублікувати результати магістерської роботи, адже ідеї як такі не охороняються авторським правом?»

**ВІДПОВІДЬ** на запитання проблемного характеру: «Важливо пам'ятати, що під охорону підпадають форми висловлювання ідей автора, а не самі ідеї. Однак, після того як ідея була втілена у матеріальній формі, виникає авторське право. Що стосується матеріального втілення ідеї у вигляді пристрою тощо, то на нього не розповсюджується охорона в зв'язку з авторським правом, але воно може бути захищено в інший спосіб, наприклад, як винахід - об'єктом промислової власності».