

запрацювали та проявили свої позитивні і негативні сторони повинен пройти не один рік. Судова практика повинна опанувати нововведення та сформулювати певний вектор їх застосування.

Підбиваючи підсумок вищевикладеного, можна сказати, що Україна як молода незалежна держава прагне долучитись до глобальних світових процесів, що в свою чергу потребує активної міждержавної співпраці та проведення низки реформ на національному рівні. Саме такі прагнення та результати їх втілення в життя ми можемо спостерігати зараз.

Література

1. Харитонova Є. О., Некіт К. Г. Цивільне законодавство України в умовах адаптації до приватного права ЄС / Навч. посібник // Одеса «Юридична література. – 2017. – С. 5.
2. Ізарова І.О. Теоретичні і практичні засади гармонізації цивільного процесу Європейського Союзу та України/ Дисертація // Київ. – 2016. – С. 8-9.
3. Васильєв С.В. Порівняльний цивільний процес / Підручник. – Київ.: Алерта. – 2015. – 352 с.
4. [Електронний ресурс] // Цивільний процесуальний Кодекс України від 18.03.2004, №1618-15–
Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1618-15>

Віталій Вікторович Гордейчук – здобувач кафедри цивільного права № 2 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
Науковий керівник: **Віталій Леонідович Яроцький** – завідувач кафедри цивільного права № 2 Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, член-кореспондент НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України, доктор юридичних наук, професор

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ ОДНОРІДНОСТІ ТОВАРІВ (ПОСЛУГ) ЩОДО ЯКИХ РЕЄСТРУЄТЬСЯ ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ

Виключні права на торговельну марку надаються правоволодільцю тільки відносно певних видів товарів чи послуг, тому що торговельна марка за самою своєю природою не може використовуватися в господарському обороті незалежно від товару (послуг). Тобто відповідно до чинного законодавства України правова охорона торговельної марки поширюється на той перелік товарів (послуг), які вказані у свідоцтві на торговельну марку.

Так, ч. 4 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» встановлює: «Обсяг правової охорони, що надається, визначається зображенням знака та переліком товарів і послуг, внесеними

до Реєстру, і засвідчується свідоцтвом з наведеними у ньому копією внесеного до Реєстру зображення знака та переліком товарів і послуг.

Цей перелік товарів чи послуг, вказаний правоволодільцем при реєстрації торговельної марки, сам по собі обмежує виключне право на торговельну марку. Такий вид обмеження виключних прав правоволоділця був встановлений при становленні системи правового регулювання охорони торговельних марок з метою забезпечити можливість різним суб'єктам, які випускають однакову чи схожу продукцію або надають однакові послуги, ідентифікувати свою продукцію (послуги).

Також потрібно зазначити, що законодавство України допускає можливість зареєструвати торговельні марки, тотожні (або подібні) з торговельними марками, раніше зареєстрованими (або тільки заявленими на реєстрацію) в Україні на ім'я іншого суб'єкта щодо таких товарів або послуг, які є неоднорідними. Такий висновок ґрунтується на аналізі ч. 3 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», що встановлює: «Не можуть бути зареєстровані як знаки позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати зі ... знаками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг».

Для встановлення класифікації товарів (послуг) щодо яких торговельні марки реєструються (МКТП) була прийнята Ніщцька угода про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків від 15 червня 1957 року (з наступними доповненнями).

Згідно з Ніщцькою угодою кожен з класів МКТП (а їх існує 42) ділиться на рубрики, в яких вказуються назви виду товарів (послуг), що входять в даний клас. Свідоцтво на торговельну марку може бути видано правоволоділцю на частину товарів, що входять в один клас.

Отже, при класифікації товарів (послуг) відповідно до МКТП важливе значення має проблема визначення однорідності товарів (послуг). При цьому ця проблема стосується як правоволоділця торговельної марки, так і суб'єктів, які використовують аналогічне або подібне позначення.

При визначенні однорідності товарів (послуг) можна застосовувати кілька нижчезазначених критеріїв.

По-перше, може бути використаний буквальный лінгвістичний аналіз поняття «однорідності» товарів (послуг). Так, відповідно до визначення Ожегова С. І., «однорідний – це той, що відноситься до того ж роду, розряду, однаковий; виконує ту ж функцію».

По-друге, при встановленні однорідності також повинна прийматися до уваги теоретична можливість виникнення в потенційних споживачів асоціації цього товару (послуги) з одним конкретним виробником (виконавцем). При цьому повинні враховуватися такі характеристики, як рід товарів (послуг), їх побутове або промислове призначення, вид

використаних при виготовленні матеріалів, умови дистрибуції товарів та інші критерії.

Необхідність аналізу однорідності торговельних марок обумовлена широко розповсюдженими випадками реєстрації торговельних марок, зареєстрованих у відношенні одних товарів (послуг), інших товарів (послуг). Так, С. А. Горленко зазначає, що: «... світовий досвід показує, що в переважній більшості випадків неправомірне використання товарного знака є актом недобросовісної конкуренції. При цьому переслідується певна мета: будь-якими засобами, у тому числі протиправними, розширити продаж товару».

Такі дії в більшості випадків відбуваються дистриб'юторами правоволодільця «старшої» торговельної марки. Метою подібних дій є обмеження конкуренції між дистриб'юторами або штучної залежності правоволодільця «старшої» торговельної марки. Також метою може служити наступний продаж цієї нової зареєстрованої торговельної марки правоволодільцю «старшої» торговельної марки під загрозою заборони його діяльності на українському ринку.

У більшості випадків така реєстрація торговельних марок проводиться відносно послуг, а також відносно пакувальних матеріалів. Як вказує Є. А. Арієвич, «... для визнання товарів / послуг однорідними достатньо, якщо реально можлива ситуація спільної зустрічальності відповідних товарів і послуг. Такі дії відомства будуть, безсумнівно, обґрунтованими, особливо щодо складних словесних та образотворчих, а також комбінованих знаків, коли можливість випадкового збігу виключена...».

Таким чином, можна зробити наступне визначення однорідності товарів і послуг, яке могло б використовуватися при експертизі заявок у процесі реєстрації торговельних марок: «однорідними товарами або послугами визнаються товари та/або послуги, які відносяться до одного й того ж роду та виду і які в разі їх маркування ідентичними або подібними торговельними марками можуть створити у споживачів уявлення про належність таких товарів та/або послуг одному правоволодільцю».

Ельвін Адалет огли Гулієв – студент I курсу Сумської філії
Харківського національного університету внутрішніх справ
Наталія Олександрівна Горобець – професор кафедри юридичних
дисциплін Сумської філії Харківського національного університету
внутрішніх справ, кандидат юридичних наук, доцент

ІТ-ПРАВО: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

1. Вже більше двох десятиліть світ живе в інформаційній ері свого розвитку. Інформаційні технології у наш час є ключем до технічного та