

## ЦІНІСНО-ПРАВОВИЙ ВИМІР ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ ПРАВ НА ЗНАКИ ДЛЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Котенко М. В.,**

*кандидат юридичних наук,*

*доцент кафедри інтелектуальної власності*

*Інституту права*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*ORCID ID: 0000-0001-8046-6641*

У роботі розкрито актуальність наукового пізнання ціннісно-правових аспектів розуміння знаків для товарів і послуг як основи правового забезпечення прав на них. Встановлено філософське та наукове підґрунтя наукового дослідження ціннісно-правових аспектів розуміння знаків для товарів і послуг. Узагальнено наукові погляди вчених, які стосуються розуміння ціннісно-правових аспектів знаків для товарів і послуг. Підсумовано, що сучасний стан наукової розробки проблем аксіології розуміння знаків для товарів і послуг свідчить про епізодичність зазначених досліджень, оскільки наукове вивчення вказаних питань здійснювалось опосередковано через науковий аналіз інших суміжних правових явищ і процесів.

Автором узагальнено методологічний потенціал ціннісно-правового підходу до розуміння знаків для товарів і послуг. На підставі аналізу доктринальних підходів сприйняття ціннісно-правових аспектів знаків для товарів і послуг визначено ціннісно-правові аспекти правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні. Підсумовано, що сутність та зміст правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів та послуг визначатиметься функціональним призначенням самих торговельних марок, що своєю чергою характеризуватиме цінність правової охорони торговельних марок загалом. Правова охорона прав на знаки для товарів і послуг виконує гарантує значення стосовно змоги індивідуалізувати товари та послуги шляхом їх виокремлення серед однорідних товарів і послуг, які знаходяться на ринку. Доведено, що правова охорона прав на знаки для товарів і послуг надає змогу публічно їх поширювати та рекламувати.

**Ключові слова:** інтелектуальна власність, знаки для товарів і послуг, правове забезпечення, охорона прав на знаки для товарів і послуг, аксіологічні аспекти розуміння інтелектуальної власності.

---

**Постановка проблеми.** Охорона об'єктів інтелектуальної власності – одна з ключових функцій сучасної держави. Це пояснюється постійно зростаючою цінністю результатів інтелектуальної діяльності, належна охорона яких створює умови для забезпечення та гарантування прав суб'єктів інтелектуальної власності. Правове забезпечення будь-якої сфери суспільних відносин визначається своєю об'єктивною необхідністю, що зумовлена специфікою розвитку взаємовідносин у цій сфері. Так само і правове забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг є результатом зародження та розвитку відносин у сфері інтелектуальної власності, що породжують об'єктивну необхідність їх упорядкування та розвитку.

Сучасний процес утворення права є багатоаспектним, надзвичайно важливим і не менш складним явищем суспільно-правової дійсності. На нього впливають різноманітні фактори життєдіяльності суспільства, об'єктивні закони розвитку суспільства та інші фактори, які визначають формування об'єктивної необхідності утворення права. Незважаючи на те, що під впливом зазначених факторів процес правоутворення здатний набувати нових специфічних рис, його розвиток завжди має залишатися об'єктивно зумовленим. Суттєвим є те, що сучасний стан об'єктивної зумовленості утворення права в Україні став ключовим аспектом характеристики стану розвитку вітчизняного процесу правоутворення, оскільки об'єктивна необхідність безпосередньо визначає рівень доцільності, витребуваності правових норм у суспільно-політичному житті. Крім того, врахування об'єктивної необхідності під час утворення права одночасно може забезпечувати упорядкування різноманітних суспільних сфер життя та ефективність застосування права.

Охорона прав інтелектуальної власності, в тому числі і охорона прав на знаки для товарів і послуг, є об'єктом правового забезпечення, в основу формування та розвитку якого закладається певна концепція, заснована, насамперед, на уявленнях про ціннісний вимір об'єктів, відносин,

процесів тощо у сфері охорони вказаних прав. Положення, які визначатимуть ціннісні уявлення про об'єкти інтелектуальної власності, зокрема про знаки для товарів і послуг, матимуть основоположний характер у процесі впровадження (зміни) правового забезпечення охорони прав на них. Окрім того, ці положення відіграватимуть роль критеріїв правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг, націленість такого правового забезпечення, а також слугуватимуть критеріями виміру якісного рівня такого правового забезпечення в процесі проведення його моніторингу.

Ціннісно-правові аспекти правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг займають важливе місце в системі підходів до їх виміру, характеризуючи його як явище, що акумулює в собі певний спектр соціокультурних засад духовного життя суспільства, самостійно набуває ціннісних властивостей, стаючи елементом соціокультурних засад духовного життя суспільства. Тому наукове дослідження ціннісно-правових аспектів правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг як основи моніторингу правового забезпечення їх охорони має важливе значення як із точки зору розвитку юридичної науки, так і з точки зору удосконалення такого правового забезпечення. Це дасть змогу не лише здійснити наукове дослідження вказаного явища крізь призму його ціннісного виміру як єдиної методологічної стратегії наукового пізнання, але і встановити загальну законотворчу ідею, що була закладена в основу його правового забезпечення, стан досягнення законотворчої мети. Вважаємо, що з методологічної точки зору, в процесі аналізу стану правового забезпечення тієї чи іншої сфери суспільних відносин важливо встановити законотворчу ідею, яка була закладена в таке правове забезпечення, а також визначити стан її реалізованості в процесі закріплення та функціонування такого правового забезпечення. Тому аналіз такого взаємозв'язку між законотворчою ідеєю, з одного боку, та станом її закріплення і реалізованості – з іншого, має бути заснований, на нашу думку, на ціннісно-правовому вимірі, що дасть змогу встановити рівень виявлених суспільно корисних аспектів знаків для товарів і послуг як соціокультурного явища, рівень їх акумулювання, правового закріплення та реалізації в процесі поширення правових норм на суспільні відносини. Враховуючи багатоаспектність та багатовимірність проблематики, яку ми вважаємо за доцільне дослідити, емпіричною основою цієї наукової роботи визначимо положення законодавства України у сфері правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг.

У вітчизняній юридичній науці окремі аксіолого-правові аспекти інтелектуальної власності та їхня роль у процесі законодавчого забезпечення вказаної сфери досліджувались у роботах В.С. Бігуна, С.В. Бобровник, С.К. Дудар, А.А. Козловського, М.І. Козюбри, Б.В. Малишева, Ю.М. Оборотова та ін.

Деякі аспекти правового забезпечення знаків для товарів і послуг в Україні як ціннісного явища розкрито в працях таких зарубіжних вчених, як Т.Е. Абова, С.С. Алексєєв, Г. Боденхаузен, М. Барницький, Е.Н. Беляєва, І. Богнар, Дж. Бурст, К.Дж. Веркман, С. Віда, Б. Вілмос, Н.О. Гершанова, Е.Л. Головлєва, В.В. Голофаєв, В.П. Грибанов, Ю.Т. Гульбин, М.Р. Доронин, Ч. Дьєрдь, Б.Е. Кубряков, Е. Мілісітс, М. Немех, І.Я. Петров, А.П. Рабец, Н.А. Радченко, Є.В. Сальникова, А.П. Сергєєв та ін. Також окремі ціннісно-правові аспекти інтелектуальної власності були предметом наукового пошуку представників вітчизняної науки цивільного права (О.Ю. Кашинцева, А.О. Кодинець, О.О. Козлова, П.П. Крайнев, В.В. Кривенко, Р.А. Майданик, М.В. Мельников, О.М. Мельник, О.П. Орлюк, М.В. Паладій) та ін. Однак й досі для окресленої проблематики характерний плюралізм наукових підходів із більшості питань, тоді як окремі з них, навпаки, залишаються малодослідженими і висвітленими в наукових працях.

**Мета статті** – встановити науково-дослідний потенціал ціннісно-правового підходу до характеристики правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні, визначити ціннісно-правові аспекти правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Основу правового забезпечення інтелектуальної власності, в тому числі і правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг, має становити відповідне її розуміння як соціокультурного феномена, який сформувався історично та об'єктивно потребує правового забезпечення. Таке забезпечення полягає не стільки в тотальному правовому регулюванні відносин, що виникають у сфері вказаного правового забезпечення, а у правовому закріпленні, гарантуванні і захисті тих ціннісних важелів зародження, становлення, розвитку, вдосконалення та функціонування знаків для товарів і послуг. Саме на виявлення, регламентацію, збереження та примноження ціннісності зазначених об'єктів інтелектуальної власності як соціокультурного феномена загалом, так і як правового феномена зокрема, націлене запровадження правового регулювання відносин, які виникають, змінюються та припиняються у сфері охорони прав на знаки для товарів і послуг. Певною мірою про користь такого підходу можуть свідчити ідеї В.А. Іваценка [1], однак у будь-якому випадку ніхто з авторів, хто підтримує позиції стосовно комплексності цього правового утворення, в тому числі і його ціннісного прояву, не заперечує проти визначення ключового підходу до його розуміння як основи його наукового розвитку, правового забезпечення та практики функціонування. Відповідно, цілком виправданим є здійснення правового моніторингу положень законодавства

у сфері інтелектуальної власності саме крізь призму аксіолого-правового її розуміння. Це ж стосується й характеристики правових джерел, що слугують основою для впорядкування суспільних відносин, які виникають, змінюються або припиняються стосовно відповідних об'єктів права інтелектуальної власності. При тому, що самі по собі норми цивільного права, виступаючи результатом узагальнення й абстракції розуміння інтелектуальної власності, самостійно можуть бути об'єктом лише узагальненого, абстрактного пізнання цінності інтелектуальної власності, тобто мислення, яке відбувається у формі понять, суджень і висновків [2, с. 97].

Варто зазначити, що нині питання правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні є досить важливим не лише на національному рівні, а й на міжнародному. Вказане доводиться, насамперед, відсутністю однозначного підходу до розуміння знаків для товарів і послуг, що визначає в подальшому непослідовність правового забезпечення охорони прав на зазначені знаки. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» (1993 р.) [3] торговельна марка є позначенням, за яким товари й послуги одних осіб різняться від однорідних товарів і послуг інших осіб. Згідно з п. 1.4 Правил складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджених наказом Держпатенту України 28 липня 1995 р. № 116, об'єктами правової охорони можуть бути такі знаки: словесні, у вигляді слів або сполучення літер; зображувальні, у формі графічних композицій на площині; об'ємні, у вигляді фігур або їх тривимірних композицій; комбінації вищезазначених позначень. Такі знаки можна виконувати в будь-якому кольорі чи поєднанні кольорів. У пункті 1.4 також зазначалося, що знак може бути звуковим, світловим, а також кольором або поєднанням кольорів тощо [4]. Таким чином, в основу правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні закладено ідею форм прояву вказаних знаків, які мають відповідне ціннісне наповнення, дають змогу реалізувати інтереси носіїв прав на них. Це виявляється, по-перше, в їх словесному прояві (тобто набору слів або сполучень літер), по-друге, в зображувальному прояві, (певні графічні композиції на площині), по-третє, в об'ємному прояві, (тобто фігура або їх тривимірні композиції), по-четверте, у вигляді комбінацій перерахованих вище форм прояву знаків для товарів і послуг. І найголовніше – всі ці форми прояву знаків для товарів і послуг за своїм ціннісним наповненням та функціональним призначенням мають доносити до споживачів цих товарів і послуг інформацію, відповідно до якої їх можливо чітко ідентифікувати і відмежувати від інших аналогічних (подібних) товарів і послуг.

В Україні для захисту прав на знаки для товарів і послуг видається свідоцтво. Строк дії свідоцтва становить 10 років від дати подання заявки і продовжується за клопотанням власника свідоцтва щоразу на 10 років. Правова охорона надається виключно тому знаку для товарів і послуг, який не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та на який не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені цим Законом. Іноземні особи та особи без громадянства мають рівні з особами України права, передбачені цим Законом, відповідно до міжнародних договорів України чи на основі принципу взаємності. Іноземні та інші особи, що проживають чи мають постійне місцезнаходження поза межами України, реалізують свої права через представників у справах інтелектуальної власності (патентних повірених).

В юридичній літературі вчені також звертають увагу на призначення знаків для товарів і послуг, закладаючи в основу їх ціннісно-правовий вимір. Так, на переконання Т.С. Демченко, головним призначенням знаку для товарів і послуг є його спроможність бути сприйнятим суб'єктами та викликати у них відповідну асоціацію щодо певного об'єкта [5, с. 21], в іншому випадку знак для товарів та послуг втрачає свою корисність, є непотрібним для суб'єкта, що його використовує. Знак для товарів і послуг за своїм призначенням забезпечує комунікативну властивість між виробником товарів або надавачем послуг та їх споживачами, забезпечуючи популяризацію таких товарів або послуг [6, с. 27–31]. Саме від ціннісного наповнення знаку для товарів і послуг і буде походити сутність і зміст правового забезпечення охорони прав на них. Сутність правового забезпечення охорони права на знаки для товарів і послуг буде визначатися їхнім призначенням у процесі функціонування торговельних марок взагалі. Варто зазначити, що ціннісний вимір знаків для товарів і послуг загалом визначає як специфіку їх місця і значення в життєдіяльності суспільства, так і особливості правового забезпечення охорони прав їхніх власників або користувачів. Вченими в юридичній літературі зазначається, що ціннісне наповнення знаку для товарів і послуг має подвійний прояв: з одного боку, знак виступає одним із засобів захисту прав споживачів, основна роль якого полягає в юридичному гарантуванні якості маркованої продукції, а з іншого боку – знак для товарів і послуг є лише гарантією певного походження товару чи послуги. Юридичною гарантією якості позначеної продукції визнається лише певна категорія знаків, яким дана функція притаманна в силу їх особливого призначення (зокрема, сертифікаційні знаки, котрі є не чим іншим, як знаками, що юридично гарантують певну якість). В усіх інших випадках власник знака відповідає за якість маркованої продукції лише в межах, встановлених законодавством про захист прав споживачів, та, виходячи із власного інтересу, представляти на ринок товари під своїм позначенням

такої якості, яка здатна буде задовольнити потреби певної групи населення. Тобто функція гарантії якості є лише похідною від функції гарантії походження товару [5, с. 18].

Також варто зазначити наявність досить широкого кола доктринальних підходів вчених, які хоч і не визначають ціннісно-правові аспекти (особливості) знаків для товарів і послуг, проте крізь призму інших категорій (значення, роль, функціональне призначення, місце в системі правових явищ тощо) визначають по суті положення, які стосуються ціннісно-правового виміру знаків для товарів і послуг. Зокрема, вчені зауважують, що призначення знаків для товарів і послуг – їх індивідуалізація шляхом впровадження таких зовнішніх ознак товару чи послуги, які легко запам'ятовуються споживачами [7, с. 37–38], тобто йдеться про спроможність знаку акумулювати в собі і донести до широкого кола суб'єктів властивості товарів і послуг, які вони позначають. Окрім того, крізь ціннісно-правовий вимір знаків для товарів і послуг визначаються як засіб рекламування товарів або послуг, що забезпечує виникнення фактору психічного впливу на покупців товару або замовників послуг [8, с. 14–15; 9, с. 345]. За аналогією із вищезазначеним розумінням функції знаку для товарів і послуг вчені пропонують розглядати в чотирьох площинах:

- 1) дозволяють індивідуалізувати товар чи послугу;
- 2) вказують на джерело походження товару чи послуги;
- 3) є засобом доведення до покупця інформації про якість продукції чи послуги;
- 4) виконують також рекламну функцію, оскільки саме завдяки ним до споживачів доводиться інформація про появу на ринку нового товару або послуги [10, с. 134].

На переконання О.Ю. Кашинцевої, знаки для товарів і послуг є засобом індивідуалізації результатів діяльності підприємств і організацій, сприяють розрізненню однорідних товарів і послуг, їх реалізації на зовнішньому і внутрішньому ринках, заснуванню більш чіткого взаємозв'язку між промисловістю і торгівлею, виробництвом і споживанням, є одним із засобів підвищення відповідальності підприємств і організацій за якість продукції [11, с. 10], що також свідчить про ціннісне наповнення знаків для товарів і послуг.

Варто зазначити, що деякі вчені окремо виділяють і охоронну функцію, яка має правовий характер. Так, вченими наголошується на тому, що в процесі індивідуалізації товару чи послуги певного суб'єкта шляхом рекламування, знак отримує важливе значення щодо визначення ринкового попиту, тим самим він набуває певної цінності. Це все визначає необхідність його правової охорони, яка націлена і на охорону якісних характеристик товару або послуги, що існують на ринку під відповідним знаком [12, с. 25–26].

Варто зазначити, що альтернативною думкою в літературі є двоаспектна характеристика призначення правової охорони прав на знаки для товарів і послуг, а саме: 1) правова охорона включає в себе охорону прав споживачів, оскільки саме виробники товарів чи надавачі послуг, створюючи та поширюючи торговельну марку, забезпечують якість своїх товарів і послуг, своєю чергою право забезпечує охорону інтересів споживачів у «широкому» колі товарів і послуг; 2) правова охорона включає також охорону виробників товарів та надавачів послуг від недобросовісної конкуренції. Саме правова охорона прав на знаки для товарів і послуг забезпечує рівні конкурентні умови на ринку товарів та послуг [13, с. 329–331].

**Висновки.** Трансформуючи вказані особливості доктринального розуміння значення, ролі і функціонального призначення знаків для товарів і послуг, а також пізнавальний потенціал ціннісно-правового методологічного підходу на площину дослідження правового забезпечення охорони права на торговельні марки, варто визначити ціннісно-правові аспекти правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг в Україні.

По-перше, сутність та зміст правового забезпечення охорони прав на знаки для товарів та послуг визначатиметься функціональним призначенням самих торговельних марок, що своєю чергою характеризуватиме цінність правової охорони торговельних марок загалом.

По-друге, правова охорона прав на знаки для товарів і послуг виконує гарантуюче значення щодо останніх щодо їх можливості індивідуалізувати товари та послуги шляхом їх виокремлення серед однорідних товарів і послуг, які знаходяться на ринку.

По-третє, правова охорона прав на знаки для товарів і послуг надає змогу забезпечити зазначення джерела походження товару або послуги шляхом фіксації його виробника або надавача. Споживач, отримуючи послугу або купуючи товар, який містить розпізнавальний охоронюваний знак, обирає конкретного виробника серед конкурентів.

По-четверте, правова охорона прав на знаки для товарів і послуг забезпечує інформаційне їх призначення щодо інформування споживача про якість товару або послуги, тим самим споживачі товару або послуги в подальшому віддаватимуть перевагу товарам або послугам, які позначаються певною торговельною маркою.

По-п'яте, правова охорона прав на знаки для товарів і послуг уможливорює публічне їх поширення та рекламування товарів і послуг.

---

### **Kotenko M. Value-legal aspects of providing legal protection of rights to trademark in Ukraine**

The paper reveals the relevance of scientific knowledge of the value and legal aspects of understanding the signs for goods and services as a basis for legal support of rights to them. The philosophical and scientific basis of scientific research of value-legal aspects of understanding of signs for goods and services is established. The scientific views of scientists concerning understanding of value and legal aspects of signs for the goods and services are generalized. It is concluded that the current state of scientific development of axiology of understanding of signs for goods and services indicates the episodic nature of these studies, as the scientific study of these issues was carried out indirectly through scientific analysis of other related legal phenomena and processes. The author summarizes the methodological potential of the value-legal approach to the understanding of signs for goods and services. Based on the analysis of doctrinal approaches to understanding the value and legal aspects of marks for goods and services, the value and legal aspects of legal protection of rights to marks for goods and services in Ukraine are determined. It is concluded that the essence and content of legal protection of trademark rights for goods and services will be determined by the functional purpose of the brands themselves, which in turn will characterize the value of legal protection of trademarks as a whole. The legal protection of trademark rights for goods and services has a guarantee value in relation to the latter in terms of their ability to individualize goods and services through their separation among homogeneous goods and services on the market. It is proved that the legal protection of trademark rights for goods and services allows their public distribution and advertising of goods and services.

**Key words:** intellectual property, marks for goods and services, legal support, protection of rights to marks for goods and services, axiological aspects of understanding intellectual property.

---

### **Література:**

1. Іващенко В.А. Розвиток законодавства у сфері інтелектуальної власності в Україні (XIX – поч. XXI ст.) : монографія. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю.А., 2017. 508 с.
2. Антошкіна В.К. Гносеологічна природа тлумачення цивільно-правових норм. *Альманах права. Право і прогрес: складові забезпечення в сучасних умовах*. Київ : Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2017. Вип. 8. С. 94–99.
3. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3689-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text> (дата звернення: 01.12.2020 р.).
4. Правила складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг, затверджені наказом Держпатенту України 28 липня 1995 р. № 116. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0276-95#Text> (дата звернення: 01.12.2020 р.).
5. Демченко Т.С. Проблеми гармонізації законодавства України про товарні знаки з міжнародно-правовими нормами : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. Київ : Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2002. 217 с.
6. Павлинская А.П. Товарный знак. Ленинград : ЛГУ, 1974. 68 с.
7. Веркман К.Дж. Товарные знаки: содержание, психология, восприятие / пер. с англ. Боброва В.Б.; общ. ред. и предисл. Карпова Б.Г. Москва : Прогресс, 1986. 518 с.
8. Свядосц Ю.И. Правовая охрана товарных знаков в капиталистических странах. Москва : ЦНИИПИ, 1969. 156 с.
9. Калятин В.О. Интеллектуальная собственность (Исключительные права) : учебник. Москва : Норма, 2000. 458 с.
10. Підпригора О.А., Підпригора О.О. Право інтелектуальної власності України : навч. посібник. Київ : Юрінком Інтер, 1998. 335 с.
11. Кашинцева О.Ю. Правовая охрана знаков для товаров и услуг в Украине : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04. Київ, 2000. 18 с.
12. Адуев А.И., Белогорская Е.М. Товарный знак и его значение. Москва : Прогресс, 1972. 76 с.
13. Мэггс П.Б., Сергеев А.П. Интеллектуальная собственность. Москва : Юристъ, 2000. 400 с.