



УДК 347.772

ПРОБЛЕМАТИКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОЗИТИВНИХ УМОВ ОХОРОНОЗДАТНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

Віталій Гордейчук,

*здобувач кафедри цивільного права Національного
юридичного університету імені Ярослава Мудрого*

У статті розглядаються проблемні питання теоретичного визначення поняття «охороноздатність торговельної марки» відповідно до положень законодавства України й основних міжнародно-правових актів у сфері охорони інтелектуальної власності. Також надано аналіз основних позитивних умов і ознак, які визначають охороноздатність торговельної марки як охоронюваного об'єкта правовідносин інтелектуальної власності. Проаналізовані такі умови охороноздатності, як наявність вираженого в об'єктивній формі умовного позначення, розрізняльна здатність торговельної марки, патентна чистота й інші умови, що впливають на можливість отримання правової охорони.

Ключові слова: торговельна марка, товарний знак, знак для товарів і послуг, об'єкт правовідносин інтелектуальної власності, охороноздатність, позитивні умови охороноздатності

Постановка проблеми. За загальним правилом торговельні марки в Україні можуть набувати правової охорони на підставі їх реєстрації. Така реєстрація може відбуватися згідно з національним законодавством у порядку, що визначений, зокрема, ст.ст. 7–15 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5], або на підставі відповідних реєстраційних процедур, передбачених міжнародно-правовими актами, що ратифіковані та діють в Україні (зокрема, Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20.03.1883 р. [9], Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14.04.1891 р. [8] та Протокол до Мадридської угоди від 28.06.1989 р. [11]).

Також правовідносини щодо охорони торговельних марок можуть виникати в тому разі, якщо певне позначення набу-

ває статусу загальновідомої торговельної марки, що пов'язане не з реєстрацією, а з фактом тривалого комерційного використання й отримання певної відомості в споживачів. Відповідно, у першому разі виключні права на торговельну марку засвідчуються свідоцтвом, а в другому певне позначення стає охоронюваним об'єктом правовідносин без отримання такого охоронного документа, як це вказано в ст. 494 ЦК України [14].

Однак в обох випадках виключні права на торговельну марку можуть виникати лише при дотриманні встановлених у законодавстві імперативних вимог, які визначають охороноздатність таких позначень. Але, попри значну урегульованість у нормативних актах і чималий рівень наукового осмислення відповідної проблематики, все ж існує багато прогалин щодо визначення поняття охороноздатність



торговельної марки та її позитивних вимог, що вимагає подальшого наукового вивчення.

Актуальність теми дослідження. Значна роль, яку відіграють торговельні марки в сьогоденні, та їх велика кількість потребують, зокрема, вирішення проблеми визначення позитивних умов їх охороноздатності, бо саме ці критерії впливають на можливість отримання певним позначенням правової охорони. Тож додаткове наукове вивчення таких умов задля покращення правового інструментарію є актуальним і доцільним

Стан дослідження. Науковий аналіз проблем охороноздатності торговельних марок та її умов здійснювався багатьма вченими-цивілістами. Серед них варто згадати наукові праці Я. Шевченко, Р. Шишки, О. Піхурець, А. Кодинець, А. Сергеева, В. Калятіна, Т. Демченко та ін. Однак наразі багато аспектів згаданої проблематики, потребують додаткового наукового опрацювання.

Метою та завданням статті є розглянути проблемні питання теоретичного визначення поняття «охороноздатність торговельної марки», а також позитивних умов, які її визначають, відповідно до положень законодавства України й основних міжнародно-правових актів.

Виклад основного матеріалу. У Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» відсутній чіткий перелік підстав або критеріїв, за якими певне позначення можна визнати охороноздатним. Як слушно вказує О. Піхурець, відповідно до техніко-юридичного прийому, що використаний при формулюванні відповідних правових норм, ознаки торговельної марки фіксуються в негативній формі, тобто за допомогою перерахування властивостей, котрі не можуть бути притаманні марці [10, 33–34]. Так, ч. 1 ст. 5 названого Закону встановлює: «Правова охорона надається знаку, який не суперечить публічному порядку, прин-

ципам гуманності і моралі та на який не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені цим Законом» [5]. Що ж стосується негативних умов правової охорони, наявність яких є підставою для відмови в правовій охороні торговельної марки, то їх перелік міститься в ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», яка так і називається «Підстави для відмови в наданні правової охорони» [5].

Однак стверджувати, що охороноздатність торговельних марок визначається лише негативними вимогами, не є зовсім правильним, поза як деякі позитивні умови (тобто такі, що мають бути наявні для певного позначення) також можна виділити серед усіх нормативних приписів законодавства та, зокрема, на підставі аналізу ч. 1 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5]. Також певний перелік позитивних умов охороноздатності часто описується в науковій літературі. Зокрема, Т. Демченко виділяє: «...дистинктивність (розрізняльна здатність) товарного знака, дотримання прав та законних інтересів третіх осіб при використанні знака, а також відповідність знака нормам моралі та громадському порядку» [4, 50].

Отже необхідно дати основну характеристику окремих умов, необхідних для того, щоб певна торговельна марка стала охоронюваним об'єктом правовідносин інтелектуальної власності в Україні.

Зазвичай, у цивілістичній літературі характеристика умов охороноздатності починається з такої найважливішої ознаки, як розрізняльна здатність торговельної марки. Проте, на нашу думку, існує одна умова, що змістовно має передувати розгляду умов розрізняльної здатності, бо вона є певною передумовою власне постановки питання про те, чи є певне позначення об'єктом правовідносин саме як торговельна марка — об'єктивованість торговельної марки як умовного позначення.



Так, попри те, що торговельна марка як охоронюваний об'єкт правовідносин інтелектуальної власності — це нематеріальний результат інтелектуальної діяльності, а не його матеріальний носій, а також попри те, що правову охорону можуть отримати досить різні види позначень, навіть звуки та запахи, все ж таки охоронюване позначення має бути придатним до об'єктивації, до вираженості в об'єктивній дійсності у формі, доступній для сприйняття іншими. І таке позначення має бути саме умовним, мати умовний характер. Тож це має бути певний символ, який не тотожний опису товару та його виробника. Як слушно вказує А. Сергеев, «...не може вважатися товарним знаком розміщення на виробі повних відомостей, що стосуються виробника товару, а також вказують на час, спосіб та місце виробництва, на вид, якість і властивості товару і тощо» [12, 600].

Далі, як правильно вказує А. Григор'єв: «Одна з основних умов охороноздатності товарного знака — його розрізняльний характер, який оцінюється щодо тих товарів і послуг, для яких цей знак реєструється» [3, 19].

Відповідно до ч. 2 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» «Об'єктом знака може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, у тому числі власні імена, літери, цифри, зображувальні елементи, кольори та комбінації кольорів, а також будь-яка комбінація таких позначень» [5].

Однак далеко не кожне умовне позначення чи комбінація позначень має розрізняльну здатність, якої достатньо для надання правової охорони. Тож ч. 2 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5] встановлює, що не можуть одержати правову охорону позначення, котрі звичайно не мають розрізняльної здатності та не набули такої в результаті їх використання; що складаються лише з позначень або

даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, зокрема, вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце та час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг; що складаються лише з позначень, котрі є загальноживаними символами й термінами та ін.

Як зазначається в літературі, під час здійснення вибору товару для його наступного придбання «...споживач переносить свою зацікавленість з товару на товарний знак, який асоціюється в нього з певними властивостями і якістю товару. Товарний знак виконує особливу роль, приваблюючи споживача, інформуючи його про наявність у товарі тих чи інших характерних особливостей, задовольняючи його потреби і смак стосовно даного товару» [7, 181]. Якщо різні суб'єкти, що виробляють мийні засоби, будуть маркувати свої товари одним і тим самим позначенням, наприклад, «чистота», щоби сповістити потенційних споживачів про високу якість вироблених товарів, то це позначення, безумовно, не буде мати необхідної розрізняльної здатності.

Отже, розрізняльний характер торговельної марки, становить здатність конкретного умовного позначення ідентифікувати певний товар або послугу та надавати можливість споживачеві розпізнавати цю торговельну марку й маркований нею товар (послугу) серед інших позначень, які використовуються для однорідних товарів (послуг).

Варто зазначити, що подекуди в науковій літературі поняття розрізняльної здатності та поняття новизни торговельної марки як об'єкта правовідносин розглядаються як синонімічні. Так, наприклад, Ю. Бошицький вказує: «...головною ознакою і вимогою торговельної марки є її новизна, оригінальність, можливість відрізнитися від інших зображувальних торговельних марок» [1, 173].

Проте, на нашу думку, ці поняття не можна ототожнювати. Більше того, но-



визна торговельної марки може розглядатись у двох незалежних аспектах.

Наприклад, А. Сергеев зазначає: «...необхідною умовою правової охорони товарного знака є його новизна. При цьому така вимога зовсім не означає, що товарним знаком здатне стати лише оригінальне та раніше невідоме умовне позначення. Як товарний знак цілком можуть бути зареєстровані відоме слово, зображення чи не використовуються для позначення саме тих видів (класів) товарів, які збирається виробляти (продавати) заявник» [12, 600–601].

Мається на увазі новизна в сенсі, так званої патентної (або реєстраційної) чистоти, тобто на момент подання заявки щодо реєстрації конкретної торговельної марки відсутнє таке саме чи подібне до ступеня змішування умовне позначення, що вже отримало правову охорону.

Проте трапляється й інше розуміння новизни торговельних марок: «...носієм новизни в товарному знаку може бути або художній (оригінально оформлений) образ, або виразні засоби (графіка, колір та ін.). Як і у випадку з промисловим зразком, новизна знака визначається чи зіставленням образів знака та прототипу (співзвучність слів, тобто слухових образів, порівняння зорових вражень від зображень), або ж аналізом істотних ознак (елементів) знака, наприклад при експертизі новизни словесних знаків, які розкладаються на складі й літери. Оскільки при цьому аналізуються сутнісні елементи знаків (тобто образи або їх складові частини), то вирішальним моментом стає новизна суті, тобто істотна новизна знака» [6, 162].

І таке розуміння новизни вже ближче за своєю природою до розрізняльної здатності торговельної марки, бо певне зображення здатне надати споживачам можливість вирізнити конкретні товари чи послуги серед подібних товарів (послуг) лише в тому разі, якщо воно має певні змістовні, сутнісні особливості.

З наведеного випливає, що поняття «новизна» торговельної марки може розглядатись у таких аспектах:

- новизна в змістовному, чи сутнісному сенсі — тобто як синонім розрізняльної здатності торговельної марки.
- новизна в юридичному, або формально-процедурному сенсі — тобто патентна (реєстраційна) чистота торговельної марки. Звісно, розрізняльна здатність теж має юридичне значення, позаяк дотримання цієї умови безпосередньо впливає на можливість реєстрації позначення та надання йому правової охорони. Тому вжиття терміна «юридичний сенс» у цьому контексті має умовний характер з метою наукової класифікації.

До ознаки розрізняльної здатності торговельної марки належать і умова, щоб певне позначення не перетворилося на таке позначення, котре стало загальноновживаним для товарів (послуг) певного виду (ч. 2 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг») [5]. У такому випадку це може бути підставою для дострокового припинення реєстрації торговельної марки, що передбачена ч. 3 ст. 18 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5].

Водночас необхідно зважати, що позначення, яке не володіє розрізняльною здатністю може за певних умов такої здатності набути (так звана «розрізняльна здатність, що набувається»), про що вказується, зокрема, у ст. 15 Угоди ТРІПС вказується: «Якщо позначенню не пристаманна здатність відрізнити відповідні товари та послуги, Члени можуть запровадити реєстрацію в залежності від розрізняльної здатності, що набувається завдяки використанню» [13].

Крім вищевказаних аспектів розрізняльної здатності торговельної марки, на її охороноздатність, як уже зазначалося, впливають й інші умови надання правової охорони, встановлені в чинно-



му законодавстві та відповідних міжнародних нормативних актах.

Варто зазначити, що в пп. 1а і 16 ст. 6 Паризької конвенції встановлено заборону використання як охоронюваних торговельних марок для деяких видів позначень, зокрема, використання без дозволу компетентних органів гербів, прапорів та інших державних емблем як елементів охоронюваних позначень [9].

Подібна заборона на використання в якості торговельних марок державних гербів, прапорів та інших офіційних позначень встановлена ч. 1 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5].

Утім ч. 1 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» встановлює, що «...Такі позначення можуть бути включені до знака як елементи, що не охороняються, якщо на це є згода відповідного компетентного органу або їх власників. Компетентним органом щодо назви держави є колегіальний орган, утворений Установою» [5].

Наступною позитивною умовою, що є необхідною для того, щоби конкретне умовне позначення отримало правову охорону як торговельна марка, є дотримання прав і охоронюваних законом інтересів третіх осіб, тобто надання правової охорони певному позначенню не повинно спричиняти шкоди правам та інтересам праволодільців тих позначень, які вже охороняються на підставі вітчизняних і/чи міжнародних нормативно-правових актів.

Ця вимога, хоча в цивілістиці і вважається позитивною, проте в законодавстві зазвичай формулюється шляхом перерахування тих позначень, які не можуть отримати правової охорони. Так, відповідно до положень ч. 3 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» не можуть отримати правову охорону позначення, котрі є тотожними чи схожими настільки, що їх можна сплутати з деякими іншими об'єктами інтелектуальної власності, що вже отримали правову охорону в Україні, зокрема: торговельними марками, фірмовими найме-

нуваннями, кваліфікованими зазначеннями походження товарів, знаками відповідності (сертифікаційними знаками). Крім цього, ч. 4 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» також містить заборону реєстрації як торговельних марок тих умовних позначень, які відтворюють назви відомих в Україні творів науки, літератури та мистецтва чи цитати й персонажів з них, прізвища, імена, псевдоніми, портрети та факсиміле відомих в Україні осіб без їхньої згоди та ін. [5].

Треба зазначити, що такий підхід до охорони прав та інтересів третіх осіб при реєстрації позначень як торговельних марок є цілком усталеним. Він у тому чи тому варіанті знайшов своє відображення в законодавстві інших країн, а також у міжнародно-правових актах. Так, деякі подібні обмеження встановлені, зокрема, у ст. 23 Угоди ТРІПС [13]. І, звісно, ст. 6bis Паризької конвенції про охорону промислової власності встановлює такі зобов'язання для кран-підписантів [9].

Відповідно до положень законодавства більшості країн не може бути проведена реєстрація торговельних марок, які містять позначення, що суперечать публічному порядку та загальноновизнаним вимогам моралі. Цей принцип відповідає основним міжнародним нормативним актам і відображений у ч. 1 ст. 5 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5].

Відповідно до ч. 2 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» не можуть одержати правову охорону також позначення, які є оманливими чи такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу» [5].

Як бачимо, законодавство України встановлює заборону на реєстрацію і використання позначень, які мають та що носять помилковий характер і здатних ввести споживачів в оману. Як зауважує О. Піхурець, «...До помилкових відносяться такі позначен-



ня, які містять свідомо неправильні, такі, що не відповідають дійсності, відомості про товар. Оманливим вважаються позначення, що прямо чи посередньо дають відомості, здатні ввести споживача в оману щодо товару» [10, 50–51].

У науковій літературі також висловлюється погляд, що не можуть бути зареєстровані як торговельна марка об'єкти авторського права, щодо яких строк охорони майнових прав скінчився, бо право на торговельну марку має виключний характер і таким чином буде суперечити принципу вільного використання твору, що перейшов творів до суспільного надбання [2, 23]. Проте, як слушно зазначає Т. Демченко, «...така позиція не є цілком вірною, оскільки як знаки об'єкти авторського права використовуються лише у виробництві, торгівлі чи сфері надання послуг стосовно чітко визначених груп товарів. І тим самим не є перешкодою для їх використання в інших сферах» [4, 102]

Можна підбити **підсумки** наведеного вище аналізу та, по-перше, дати визначення поняття охороноздатність торговельної марки, а по-друге, навести перелік тих позитивних умов, наявність (дотримання) яких надає можливість умовному позначенню отримати статус охоронюваного об'єкта правовідносин інтелектуальної власності як торговельної марки.

Отже, під охороноздатністю торговельної марки потрібно розуміти здатність конкретного умовного позначення отримати статус охоронюваного об'єкта правовідносин інтелектуальної власності як торговельної марки на підставі певної нормативно встановленої реєстраційної процедури чи в результаті фактичного комерційного використання такого позначення та набуття ним достатнього рівня відомості (якщо це передбачено законодавством конкретної держави), що зумовлюється дотриманням встановлених у відповідних нормативних актах умов (вимог, критеріїв тощо).

Своєю чергою умовами (критеріями), що визначають охороноздатність торгових марок в Україні, є такі:

- наявність вираженого в об'єктивній формі умовного позначення, що має відігравати роль торговельної марки (тобто об'єктивованість торговельної марки як умовного позначення);
- певне умовне позначення має бути здатним виконувати ідентифікаційну функцію щодо тих товарів (послуг), яких воно стосується, а також створювати умови для сприйняття, виділення та розпізнання споживачами цього умовного позначення й маркованим товарів (послуг) серед інших подібних позначень, якими марковані однорідні товари чи послуги (тобто розрізняльна здатність торговельної марки);
- надання правової охорони певній торговельній марці має не порушувати прав та інтересів праволодильців щодо позначень та інших об'єктів, які вже охороняються на підставі вітчизняних і/чи міжнародних нормативно-правових актів (тобто юридична або формально-процедурна новизна (так звана, патентна чистота) торговельної марки);
- торговельна марка має відповідати загальноновизнаним нормам і принципам моралі, а також встановленому публічному порядку. ♦



Список використаних джерел / List of references

1. Бошицький Ю. Л. *Поняття, значення торговельної марки та прав на неї в контексті розбудови національної ринкової економіки* // *Часопис Київського університету права*. 2009. № 2. С. 169–176.
 2. Горленко С. А. *Права третьих лиц и товарные знаки* // *Патенты и лицензии*. 1997. № 11. С. 21–26.
 3. Григорьев А. *Различительная способность — главный критерий охраноспособности товарного знака* // *Интеллектуальная собственность*. 1994. № 5–6. С. 19–21.
 4. Демченко Т. С. *Проблеми гармонізації законодавства України про товарні знаки з міжнародно-правовими нормами: дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. К., 2002. 215 с.*
 5. *Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»: від 15.12.1993 р. № 3689-XII* // *Відомості Верховної Ради України*. 1994. № 7. Ст. 36.
 6. Ионас В. Я. *Произведения творчества в гражданском праве*. М: Юридическая литература. 1972. 168 с.
 7. *Интеллектуальна власність. Теорія і практика інноваційної діяльності : підручник для студентів ВНЗ / М. В. Вачевський, В. Г. Кремень, В. М. Мадзігон та ін. К.: Професіонал, 2005. 448 с.*
 8. *Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків: від 14.04.1891 р.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_134.
 9. *Паризька конвенція про охорону промислової власності: від 20.03.1883 р.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123.
 10. Піхурець О. В. *Охорона права на торговельну марку (цивільно-правовий аспект): дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. // Національний ун-т внутрішніх справ. Х., 2005. 203 с.*
 11. *Протокол до Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію знаків: від 28.06.1989 р.* URL: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_583.
 12. Сергеев А. П. *Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. 2-е изд., переработ. и дополн.* М.: ПБОЮЛ Грищенко Е. М., 2001. 752 с.
 13. *Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності: від 15.04.1994 р.* URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_018&new=1.
 14. *Цивільний Кодекс України: від 16.01.2003 р. № 435-IV* // *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40. Ст. 356.
-
1. *Boshytskyi Yu. L. Poniattia, znachenyia torhovelnoi marky ta prav na nei v konteksti rozbudovy natsionalnoi rynkovoї ekonomiky* // *Chasopys Kyivskoho universytetu prava*. 2009. № 2. S. 169–176.
 2. *Horlenko S. A. Prava tretykh lyts y tovarnyie znaky* // *Patenty y lytsenzyu*. 1997. № 11. S. 21–26.
 3. *Hryhorev A. Razlychytelnaia sposobnost — glavnyi kryteryi okhranosposobnosti tovarnoho znaka* // *Yntellektualnaia sobstvennost*. 1994. № 5–6. S. 19–21.
 4. *Demchenko T. S. Problemy harmonizatsii zakonodavstva Ukrainy pro tovarni znaky z mizhnarodno-pravovymy normamy: dys. ... kand. yuryd. nauk: 12.00.03. K., 2002. 215 s.*
 5. *Zakon Ukrainy «Pro okhoronu prav na znaky dlia tovariv i posluh»: vid 15.01.1993 r. № 3689-KhII* // *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. 1994. № 7. St. 36.
 6. *Yonas V. Ya. Proyzvedeniya tvorchestva v hrazhdanskom prave*. M: Yurydycheskaia lyteratura. 1972. 168 s.



7. *Intelektualna vlasnist. Teoriia i praktyka innovatsiinoi diialnosti: pidruchnyk dlia studentiv VNZ / M. V. Vachevskiy, V. H. Kremen, V. M. Madzihon ta in. K.: Profesional, 2005. 448 s.*
8. *Madrydska uhoda pro mizhnarodnu reiestratsiiu znakov: vid 14.04. 1891 r. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_134.*
9. *Paryzka konventsiiia pro okhoronu promyslovoi vlasnosti: vid 20.03.1883 r. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_123.*
10. *Pikhurets O. V. Okhorona prava na torhovelnu marku (tsyvilno-pravovyi aspekt): dys... kand. yuryd. nauk: 12.00.03 / Natsionalnyi un-t vnutrishnikh sprav. Kh., 2005. 203 s.*
11. *Protokol do Madrydskoj uhody pro mizhnarodnu reiestratsiiu znakov: vid 28.06.1989 r. URL: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_583.*
12. *Serheev A. P. Pravo yntellektualnoi sobstvennosti v Rosyiskoi Federatsii / 2-e yzd., pererobot. y dopoln. M.: PBOIuL Hryshchenko E. M., 2001. 752 s.*
13. *Uhoda pro torhovelni aspekty prav intelektualnoi vlasnosti: vid 15.04.1994 r. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=981_018&new=1.*
14. *Tsyvilnyi Kodeks Ukrainy: vid 16.01.2003 r. № 435-IV // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. 2003. № 40. St. 356.*

Надійшла до редакції 26.03.2018 р.

Гордейчук В. Проблематика определения положительных условий охраноспособности торговых марок. В статье рассматриваются проблемные вопросы теоретического определения понятия «охраноспособность торговой марки» в соответствии с положениями законодательства Украины и основных международно-правовых актов в сфере охраны интеллектуальной собственности. Также дан анализ основных положительных условий и признаков, определяющих охраноспособность торговой марки как охраняемого объекта правоотношений интеллектуальной собственности. Проанализированы такие условия охраноспособности, как наличие выраженного в объективной форме условного обозначения, разрешающая способность торговой марки, патентная чистота и другие условия, влияющие на возможность получения правовой охраны.

Ключевые слова: торговая марка, товарный знак, знак для товаров и услуг, объект правоотношений интеллектуальной собственности, охраноспособность, положительные условия охраноспособности

Gordeichuk V. The problematic issues of the definition of positive conditions of a trademark protectability. The article deals with the problematic issues of the theoretical definition of the concept of «protectability of a trademark» in accordance with the provisions of the legislation of Ukraine and the main international legal acts in the field of intellectual property protection. Also provided analysis of the main positive conditions and features that determine the protectability of the trademark as a protected intellectual property rights object. The following conditions of protectability are analyzed: the presence of a conventional designation expressed in the objective form, the distinctive ability of a trademark, «patent purity» and other conditions that affect the possibility of obtaining legal protection.

Keywords: trade mark, trademark, sign for goods and services, object of intellectual property relations, protectability, positive conditions of protection