



ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ І ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПОСЛУГ

Олена Пономарьова,
*завідувач лабораторії
біоетики і біобезпеки відділу промислової власності НДІ
інтелектуальної власності НАПрН України,
професіонал з інтелектуальної власності відділу
навчальних програм та забезпечення просвітницьких
заходів ДП «Укрпатент», кандидат юридичних наук
ID ORCID: 0000-0002-8232-3748*

У статті розглянуто деякі аспекти засобів індивідуалізації на ринку медичних і фармацевтичних послуг. Торговельна марка як засіб індивідуалізації на ринку медичних послуг безпосередньо пов'язана з прізвиськом (іменем) лікаря, таким чином гарантуючи якість надання медичних послуг. На фармацевтичному ринку торговельна марка покликана ідентифікувати товар (лікарський засіб) для пацієнтів, які споживають (використовують) товар певного виробника, адже пізнаваність торговельної марки дасть можливість пацієнту не сплутати один лікарський засіб з іншим.

Ключові слова: засоби індивідуалізації, торговельна марка, медицина, фармація, інтелектуальна власність

Суб'єкти ринку медичних і фармацевтичних послуг, поряд з іншими учасниками господарювання, використовують засоби індивідуалізації.

Особливого значення такі засоби у сфері медицини і фармації набувають у зв'язку з особливістю самої сфери, яка є соціально важливою для життя та здоров'я людини.

Науковці О. Л. Підопригора та О. Д. Святоцький зазначають, що засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг є видами творчості, спрямованими на створення засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг, якими є комерційне найменування, торговельна марка (знаки для послуг) і географічне зазначення походження товарів. Цей вид творчості не можна назвати ні літературно-художнім, ні

технічним. Зазначені засоби можуть наближатися до літературно-художньої або технічної творчості. Так, наприклад, зображувальні торговельні марки інколи можуть бути об'єктами авторського права — вони можуть бути створені у вигляді малюнка, графічного чи скульптурного зображення. Позначення для товарів і послуг може мати вигляд форми виробу, що наближає його до промислового зразка.

Отже, ця група видів творчості посідає проміжне місце між літературно-художньою і технічною творчістю. Зазначена творчість не відзначається високим творчим рівнем. Від неї, наприклад, не вимагається створення результату на рівні світової новизни. Новизна зазначених засобів обмежується територією держави, де вони зареєстровані. Усі засоби індивідуалізації учасників цивільного



ПОГЛЯД НАУКОВЦЯ

обороту, товарів і послуг підлягають обов'язковій експертизі та державній реєстрації, захищаються вони свідоцтвом, а не патентам.

Спільною ознакою результатів цього виду творчості є їх призначення — індивідуалізувати учасників цивільного обороту (комерційні найменування), товарів і послуг (торговельна марка і географічне зазначення походження товарів).

Не менш важливим завданням є з'ясування поняття «медична послуга». У Законі України «Основи законодавства України про охорону здоров'я» надано поняття послуги з медичного обслуговування населення (медичної послуги) — послуга, що надається пацієнту закладом охорони здоров'я або фізичною особою-підприємцем, яка зареєстрована та одержала в установленому законом порядку ліцензію на провадження господарської діяльності з медичної практики [1].

Тому переважно засоби індивідуалізації безпосередньо пов'язані з прізвищем (іменем) лікаря. Саме його особа є гарантією надання медичних послуг відповідної якості:

- якість, яка стандартизована клінічними протоколами лікування;
- якість, яку очікує пацієнт.

Ця психологічна складова асоціативність є істотною складовою цінності відповідного комерційного позначення, як відповідного об'єкта:

- торговельні марки (знаки для послуг);
- комерційне найменування.

Засоби індивідуалізації є об'єктами права інтелектуальної власності, що дають його володільцю особливий захист своєї діяльності, а також монополію. Так, у базі даних «Зареєстровані в Україні знаки для товарів і послуг» ДП «Український інститут інтелектуальної власності» (УКРПАТЕНТ) зареєстровано свідоцтво на знак для товарів і послуг № 161426 на ім'я добре відомого в Україні дитячого лікаря терапевта «Комаровський»; свідоцтво на знак для товарів і послуг № 166456 «Украинский

центр кинезиологии Бубновского»; свідоцтво на знак для товарів і послуг № 67343 «Клініка дитячого здоров'я доктора Богомолець»[2].

Деякі представники медичного бізнесу, включно з лікарями, не приділяють належної уваги захисту своїх прав інтелектуальної власності, здебільшого зосереджуючись на вирішенні юридичних питань у ході ведення медичної практики, і не зважають на вказані права, допоки їх не порушать.

Лікарі, які використовують логотипи, слогани, символи у рекламуванні своєї медичної практики, можуть зареєструвати такі позначення як торговельна марка (знак обслуговування). Реєстрація не є обов'язковою, однак зареєстрований знак надає значно більше переваг його володільцю, наприклад, можливість забороняти іншим особам використовувати або реєструвати схожі за ступенем змішуваності знаки, надає переваги в судовому порядку отримати компенсацію за неправомірне використання торговельної марки тощо. Значно складніше через суд отримати матеріальну компенсацію від недобросовісного та неправомірного використання, якщо знак товару чи послуг не було зареєстровано як торговельну марку.

Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» передбачає можливість реєструвати як знаки торговельних марок, так і інші позначення (п. 2 ст. 5). До інших позначень можуть належати звукові та світлові позначення. Звукове позначення надається у вигляді фонограми, у якій зазначається вид звуку (музичний твір або його частина, шуми будь-якого походження та інше сполучення звуків). Цей закон визначає, що знаком для товарів і послуг є позначення, за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

На сьогодні все більше виробників у сфері медицини розуміють переваги таких об'єктів права інтелектуальної власності як засоби індивідуалізації. Ми прослідковуємо в сучасних умовах вель-



ми істотні темпи реєстрації торговельних марок (знаків для товарів і послуг) у сфері медицини та фармації (зокрема виробник медичних інструментів компанія «Віола Медтехніка»). І цьому є обґрунтовані причини, адже реєстрація торговельних марок у сфері медицини та фармації допоможе їх володільцю виділити товари або послуги свого виробництва з-поміж інших; надасть пацієнту гарантії якісних товарів або послуг; гарантує юридичний захист у суді в разі неправомірного використання або імітування торговельної марки; уможливить передачу використання торговельної марки за матеріальну винагороду (роялті, ліцензійний договір).

Особливе значення ідентифікація товарів або послуг у сфері охорони здоров'я, в умовах високої конкуренції на фармацевтичному та медичному ринку, має для пацієнтів, які споживають (використовують) товар чи послугу такого виробника, адже пізнаваність торговельної марки дасть можливість пацієнту не сплутати один лікарський засіб з іншим. Плутанина в назвах лікарських засобів є достатньо поширеним явищем, яке може призвести до призначення, придбання і використання лікарського засобу зі схожою назвою, що може становити загрозу життю та здоров'ю людини. Наприклад, лікарський засіб Valtrex (*valACYclovir*), виробник Glaxo Wellcome, за фармакодинамікою — противірусний препарат L-валіновий ефір ацикловіру, що є аналогом пуринового (гуанін) нуклеозиду для лікування оперізувального герпесу (*Herpes zoster*), лікування інфекцій шкіри та слизових оболонок, спричинених вірусом простого герпесу, включно з первинним та рецидивним генітальним герпесом тощо; та схожий за назвою лікарський засіб Valcyte (*valGANciclovir*), виробник Roche, — противірусний засіб для системного застосування, противірусні засоби прямої дії, нуклеозиди та нуклеотиди, за винятком інгібіторів зворотної транскриптази. Показаннями

для клінічного застосування цього лікарського засобу є індукція і підтримувальне лікування цитомегаловірусного ретиніту у пацієнтів із синдромом набутого імунodefіциту (СНІД) і профілактика ЦМВ-інфекції у ЦМВ-негативних пацієнтів, яким проведено трансплантацію паренхіматозних органів від ЦМВ-позитивних донорів. Обидва лікарські препарати починаються префіксом «*val*» і пов'язані з цитомегаловірусом та можуть застосовуватися пацієнтами зі слабким імунитетом, СНІД або пацієнтами, яким проведено трансплантацію, хоча показання для застосування у цих лікарських засобів різні. Щодо неправильного застосування лікарських засобів *Valtrex (valACYclovir)* та *Valcyte (valGANciclovir)* у лікарській практиці сталася помилка через схожість назв, коли пацієнт з трансплантацією серця 10 днів приймав *valACYclovir*, лікарський засіб було сплутано через те, що лікар випадково на екрані комп'ютера обрав не той препарат [3].

Схожість торгових назв лікарського засобу спостерігаємо і на українському ринку медичних та фармацевтичних послуг, наприклад, *Apmuda (Artrida)* та *Apiда*, перший лікарський засіб показано при лікуванні захворювання суглобів та хребта тощо, а другий є сухою мікстурою від кашлю для дітей. А також *Корвітин* та *Карнівiт*, перший лікарський засіб показано при комплексній терапії при гострому порушенні коронарного кровообігу та інфаркті міокарда тощо, а другий допомагає у відновленні якості життя пацієнтів на гемодіалізі за рахунок профілактики та лікування дефіциту L-карнітину, застосовують як замісну терапію Карнівiтом у пацієнтів, що перебувають на гемодіалізі. Це лише кілька прикладів схожості назв лікарських засобів, які дають змогу зрозуміти, що фармацевтичним компаніям необхідно обирати сильну торговельну марку, якщо вони планують дослідження і розробки, які матимуть



ПОГЛЯД НАУКОВЦЯ

результатом створення успішного продукту. Фармацевтичні знаки (торговельні марки) можуть зменшити плутанину між лікарськими засобами і дадуть змогу пацієнтові ідентифікувати необхідний лікарський засіб.

Найкращою торговельною маркою для медичних та фармацевтичних товарів, як і для будь-якого продукту, є вигаданий термін, за яким літери (слова) використовуються у довільній формі, які не мають нічого спільного з назвою або функцією пристрою чи непатентованою назвою лікарського засобу.

Однак, за статистичними даними, судових спорів щодо схожості торговельної назви лікарського засобу з іншими назвами достатньо багато. В Україні власник торговельної марки на лікарський засіб може звернутися за захистом своїх прав від недобросовісної конкуренції до Антимонопольного комітету України та до суду за захистом порушених прав інтелектуальної власності на знак.

Так, цікавою справою, як приклад того, як торговельна марка може стати «універсальною для використання» через неправильний захист власника, стала справа Bayer проти United Drug Co, яку розглядав відомий суддя Лізер Хенд щодо універсальності торговельної марки. Компанія Bayer винайшла знеболювальне та зареєструвала його під торговельною маркою Aspirin ще в кінці XIX ст., діюча речовина лікарського засобу називається «ацетилсаліцилова кислота». За час дії патенту компанія Bayer була єдиним виробником лікарського засобу, однак після впливу правової охорони на патент у 1904 році інші виробники почали виробляти ті самі знеболювальні з такою ж торговельною назвою. У 1921 році справа була передана до суду. Усі фармацевтичні виробники знали про назву діючої речовини «ацетилсаліцилова кислота», однак виробляли знеболювальні під назвою «Aspirin». Пацієнти не знали, що знеболювальний лікарський засіб «Аспірин» і його діюча речо-

вини «ацетилсаліцилова кислота» — це один і той самий лікарський препарат. Судом було встановлено, що компанія Bayer з 1917 року не контролювала використання торговельного знака Aspirin і, таким чином, дозволила йому стати універсальним на ринку медичних і фармацевтичних послуг.

Отже, компанії-виробники лікарських засобів у процесі створення назви нового лікарського засобу мають пам'ятати, що основною функцією торговельної марки лікарського засобу є захист пацієнтів від уведення їх в оману, а також недопущення медичними працівниками медичної помилки через схожість назв лікарського засобу, що може стати джерелом ризиків для життя та здоров'я пацієнтів. Водночас правильно та вдало підібрана торговельна назва лікарського препарату відіграє важливу комерційну та юридичну роль у процесі здійснення фармацевтичними компаніями господарської діяльності на ринку лікарських засобів.

Отже, на ринку медичних і фармацевтичних послуг поширеними є здебільшого такі засоби індивідуалізації учасників господарської діяльності як комерційні найменування і торговельні марки (знаки для товарів і послуг). Засоби індивідуалізації, з одного боку, індивідуалізують підприємця (виробника) серед інших учасників ринку, а з іншого — є сполучною ланкою між виробником лікарського засобу і пацієнтом або між лікарем (закладом охорони здоров'я / медичною клінікою) і пацієнтом. Комерційне найменування — це позначення, під яким суб'єкт господарювання може виступати у господарських відносинах. Торговельні марки, призначені ідентифікувати та індивідуалізувати товари (послуги) виробника (надавача), зазвичай пов'язують з прізвищем (іменем) лікаря, який надає медичні послуги, або з назвою лікарського засобу, під якою останній надходить у комерційний обіг і продається на ринку медичних та фармацевтичних товарів. ●

**Список використаних джерел / List of references**

1. *Основи законодавства України про охорону здоров'я : Закон України від 19.11.1992 р. № 2801-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12/ed20171106#n623>.*
 2. *Пономарьова О. О. Особливості реалізації майнових прав інтелектуальної власності у сфері медицини [Текст] : монографія ; Нац. акад. прав. наук України, НДІ інтелект. власності. Київ : Інтерсервіс, 2019. 155 с.*
 3. *Michael J. Gaunt. Look-Alike, Sound-Alike Drug Names URL: <https://www.pharmacytimes.com/publications/issue/2010/december2010/medicationsafety-1210>.*
-
1. *Osnovy zakonodavstva Ukrainy pro okhoronu zdorovia : Zakon Ukrainy vid 19.11.1992 r. № 2801-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12/ed20171106#n623>.*
 2. *Ponomarova O. O. Osoblyvosti realizatsii mainovykh prav intelektualnoi vlasnosti u sferi medytsyny [Tekst] : monohrafiia ; Nats. akad. prav. nauk Ukrainy, NDI intelekt. vlasnosti. Kyiv : Interservis, 2019. 155 s.*
 3. *Michael J. Gaunt. Look-Alike, Sound-Alike Drug Names URL: <https://www.pharmacytimes.com/publications/issue/2010/december2010/medicationsafety-1210>.*

Надійшла до редакції 25.09.2020 року

Пономарева Е. Некоторые аспекты средств индивидуализации на рынке медицинских и фармацевтических услуг. В статье рассмотрены некоторые аспекты средств индивидуализации на рынке медицинских и фармацевтических услуг. Торговая марка как средство индивидуализации на рынке медицинских услуг непосредственно связана с фамилией (именем) врача, поэтому гарантирует качество оказания медицинских услуг. На фармацевтическом рынке торговая марка призвана идентифицировать товары (лекарственное средство) для пациентов, которые используют товар определенного фармацевтического производителя, ведь узнаваемость торговой марки позволит пациенту не перепутать один препарат с другим.

Ключевые слова: средства индивидуализации, торговая марка, медицина, фармацевция, интеллектуальная собственность

Ponomarova O. Some aspects of means of individualization on the market of medical and pharmaceutical services. The article deals with some aspects of means of individualization in the market of medical and pharmaceutical services. Of particular importance is the identification of goods or services in the field of health care, in conditions of high competition in the pharmaceutical and medical markets, is for patients who consume (use) the product or service of this manufacturer, because brand awareness will not allow the patient to confuse one drug with another. Confusion in the names of medicines is quite common, but such confusion can lead to the appointment, purchase and use of a medicine with a similar name, which can have threatening consequences for human life and health.

In the market of medical and pharmaceutical services, in most cases, we trace such means of individualization of participants in economic activities as trade names and trademarks (signs for goods and services). Individualization tools on the one hand individualize the entrepreneur (manufacturer) from a number of other participants in the market of medical and pharmaceutical services, and on the other - are a link be-



ПОГЛЯД НАУКОВЦЯ

tween the manufacturer of the drug and the patient or between the doctor (health care facility / clinic) and the patient. A trade name is a designation under which an entity may act in a business relationship. Trademarks intended to identify and individualize the goods (services) of the manufacturer (provider) are usually associated with the name of the doctor who provides medical services or with the name of the medicinal product under which the medicinal product enters into commercial circulation and is sold on market of medical and pharmaceutical goods.

There are many lawsuits regarding the similarity of the trade name of a medicinal product to another. In Ukraine, the owner of a trademark for a medicinal product may apply for protection of his rights against unfair competition to the Antimonopoly Committee of Ukraine and to the court for protection of infringed intellectual property rights to the mark.

Companies that manufacture medicines in the process of creating a new drug name must remember that the main function of the brand name of the drug is to protect patients from misleading them, as well as to prevent medical errors due to the similarity of drug names, which can lead to risks to life and health of patients. At the same time, the correctly and successfully chosen trade name of the drug plays an important commercial and legal role in the implementation of pharmaceutical companies in the market of medicines.

Key words: means of individualization, trademark, medicine, pharmacy, intellectual property