

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ БРЕНДА

Анотація. Розглянуто основні законодавчі акти, що регулюють питання формування бренда підприємства і використання інтелектуальної власності. Подано докладну характеристику використання українського законодавства підприємствами в процесі розробки та становлення бренда.

Аннотация. Рассмотрены основные законодательные акты, регулирующие вопросы формирования бренда предприятия и использования интеллектуальной собственности. Дана подробная характеристика использования украинского законодательства предприятиями в процессе разработки и становления бренда.

Annotation. This article discusses the basic laws governing the formation of companies brand and use of intellectual property. The detailed description of using the Ukrainian laws by the companies in the process of development and establishment of the brand has been given.

Ключові слова: бренд, товарний знак, логотип, брендове ім'я.

Бренд як сума характеристик товару, елементів торгової марки та товарного знака (юридичний захист) потребує правової охорони, що є актуальним питанням сьогодення. Із переходом України до ринкових відносин однією з найважливіших складових зміцнення економіки країни може стати державна політика щодо підвищення значущості товарного знака.

Отже, метою дослідження є визначення основних законодавчих важелів регулювання процесу формування бренду підприємства.

Товарний знак має забезпечити його власника винятковими правами на використання та розпорядження позначкою для своїх товарів і послуг, а також охороняти від можливих порушень цих прав [1].

Правовий захист товарних знаків регламентується Законом України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", який введено в дію Постановою Верховної Ради України від 23 грудня 1993 року. Цей Закон регулює відносини, що виникають з набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг (далі – знак) в Україні [2].

У квітні 2000 року у складі Міністерства освіти і науки України створено відповідну установу – Державний департамент інтелектуальної власності як урядовий орган державного управління (рисунок).



Рис. Структура управління державною системою правової охорони інтелектуальної власності [2]

До сфери управління Державного департаменту інтелектуальної власності належать державні підприємства: Український інститут промислової власності (Укрпатент), що виконує повний комплекс робіт, пов'язаних із підготовкою до надання правової охорони об'єктам промислової власності; Українське агентство з авторських і суміжних прав (УААСП), яке забезпечує дотримання прав та законних інтересів і вітчизняних, і зарубіжних науковців, літераторів і митців; "Інтелзахист", що вживає заходи, пов'язані з удосконаленням захисту прав на аудіовізуальні

одержувачів; Інститут інтелектуальної власності і права (ІІВП), де відбувається підготовка спеціалістів з інтелектуальної власності та підвищення рівня кваліфікації фахівців [3].

Для розвитку Закону України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг", ухваленого 23 грудня 1993 року, та покращення юридичного захисту торгових марок прийнято низку підзаконних актів щодо товарних знаків. Серед них, передусім, варто визначити такі:

Положення про Міжвідомчу комісію щодо погодження питання правової охорони знаків для товарів і послуг, затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 20 жовтня 1995 року;

Наказ Голови Міжвідомчої комісії від 16 січня 1996 року, в якому затверджені Правила розгляду клопотань Міжвідомчою комісією щодо погодження питання правової охорони знаків для товарів і послуг;

Наказ Держпатенту України від 28 лютого 1995 року, в якому затверджені Правила складання та подання заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів і послуг;

Наказ Держпатенту України, в якому схвалена Інструкція про розгляд та реєстрацію договору щодо передачі права власності на знак для товарів і послуг і ліцензійного договору на використання знака для товарів і послуг та інших міжвідомчих актів.

Проблеми сучасного українського ринку в галузі захисту товарних знаків зумовлюють потребу в найшвидшому їхньому вирішенні законодавчим шляхом. Можна констатувати, що питання товарних знаків у межах чинного українського законодавства ефективно не розв'язано. Вирішувати цю проблему необхідно на рівні міжнародних договорів з урахуванням об'єктивних соціально-економічних передумов, що сформувалися в Україні. Таке врегулювання проблеми дасть змогу забезпечити необхідну охорону торгових знаків, здобути авторитет інституту товарних знаків, перетворивши його у потужний стимул розвитку економіки країни.

Ухвалення в Україні оновленої та більш досконалої системи охорони товарних знаків сприятиме прагненню вітчизняних виробників підвищувати якість продукції, що виробляється для зміцнення репутації свого товарного знака з метою отримання режиму охорони, що, відповідно, забезпечить збільшення виробництва, зайнятості та попиту. Введення ефективно діючої охорони товарних знаків сприятиме створенню умов для іноземних інвестицій та впровадженню в українську економіку всесвітньо визнаних передових технологій. Цей процес дасть змогу не лише пришвидшити підвищення рівня життя населення загалом, а й стимулюватиме розширення виробництва та постачання товарів, необхідних для задоволення попиту населення, що позитивно впливатиме на національний бюджет.

Слід зауважити, що при розробці законопроектів щодо поліпшення використання торгової марки застосований новий підхід до процесу законотворення. До основних нововведень щодо охорони прав на товарний знак належать такі:

надання заявнику можливості зареєструвати як товарний знак позначення, що є ідентичним або яке можна сплутати з товарним знаком, на котре набуті раніше права іншою особою, якщо є згода цієї особи;

надання власнику товарного знака прав і можливостей вимагати накладання грошових стягнень замість відшкодування збитків за порушення його прав на товарний знак;

наявність норм щодо прав попереднього користувача на торговельну марку.

Слід зазначити, що чинне законодавство України про товарні знаки має певні недоліки й суперечливі положення. Наприклад, Закон України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" не містить норм передачі права власності державі. Іншим недоліком слід вважати те, що законодавство не вводить поняття колективного товарного знака. Колективним товарним знаком може бути товарний знак спільноти, господарських асоціацій або добровільних об'єднань підприємств для позначення виготовлених або реалізованих ними товарів, які мають єдині якісні або інші загальні характеристики – це твердження відповідає положенням Паризької конвенції з охорони промислової власності й розширює практику об'єднання підприємств у різні спільноти, концерни, асоціації, холдинги [2; 3].

Українська асоціація власників товарних знаків об'єднує такі підприємства: "Філіп Морріс Україна", ВАТ "Прилуки", "Укртелеком", "Оболонь", завод "Столичний СТАНДАРТ", "Голден Телеком", "Кока-Кола Лімітед", "Міжнародний науковий комітет", "Союз-Віктан", Моршинський завод "Луґа-Нова", холдингову компанію "Бліц-Інформ", "Нову інтернаціональну корпорацію", Артемівський завод шампанських вин, підприємства "АЛЕКС", "АКВА-ЕКО", "Неміров", "Укрнафта", Коаліцію з питань інтелектуальної власності ("Сіпр").

Розвиток подібних інфраструктур сприятиме зменшенню фальсифікації торгових марок в Україні. Однак їхня кількість, на думку автора, має відповідати кількості галузей, які розвиваються в нашій країні.

Автор вважає доцільним охорону інтелектуальної власності, зокрема товарних знаків на рівні підприємства. З метою охорони товарних знаків на рівні підприємства автор пропонує вжити таких заходів:

контролювати виробничі потужності через роздрібну мережу, щоб упевнитись у відсутності нелегального виробництва і постачань для незаконних операцій;

контролювати цінову стратегію;

роз'яснювати всім працівникам значення охорони прав інтелектуальної власності та навчання персоналу методам визначення фальсифікованої продукції;

реєструвати всі патенти, торгові марки та інші об'єкти інтелектуальної власності з метою забезпечення підтримки місцевих органів охорони інтелектуальної власності у разі вжиття заходів стосовно порушників цих прав;

установлювати зв'язок зі співробітниками, які здійснюють охорону інтелектуальної власності в державних установах;

застосовувати виробничі методи і технології, які важко піддаються копіюванню;

реалізовувати контакти зі споживачами: створювати гарячу лінію, за допомогою якої споживачі могли б повідомляти про придбання ними фальсифікованих товарів;

установлювати розумні ціни, адже дуже висока ціна є стимулом для правопорушення;

створювати союзи з іншими іноземними фірмами, які виготовляють аналогічну продукцію та мають проблеми з охороною інтелектуальної власності, з метою лобіювання державних органів.

Отже, з наведеного можна зробити висновок, що ефективну охорону торгових марок в Україні доцільно здійснювати комплексно на таких рівнях:

на державному рівні – методом досконалого законотворення щодо охорони прав на торгові марки;

на суспільному рівні – методом створення громадських асоціацій власників торгових марок із метою захисту і представництва інтересів членів асоціації на етапах набуття, використання та захисту прав на знаки для товарів і послуг; удосконалення законодавства щодо інтелектуальної власності та механізмів його застосування;

на рівні підприємств – методом охорони торгових марок підприємствами.

Позитивний вплив цих факторів на подальше зростання економіки України значною мірою може сприяти підвищенню значущості та авторитету товарного знака шляхом розробки та прийняття законодавства, що регулює категорію товарних знаків і надає відповідну охорону як вітчизняним, так і закордонним власникам товарних знаків.

Наук. керівн. Птащенко О. В.

Література: 1. Аакер Д. А. Стратегическое рыночное управление / Д. А. Аакер. – [6-е изд.]. – СПб. : Питер, 2002. – 544 с. 2. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України (із змінами № 751-XIV від 16.06.1999 р., від 21.12.2000 р. № 2188-III, від 15.11.2001 р. № 2783-III, від 10.01.2002 р. № 2921-III, від 04.07.2002 р. № 34-IV) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 3. Інструкція про подання, розгляд, публікацію та внесення до реєстрів відомостей про передачу права власності на знак для товарів і послуг та видачу ліцензії на використання знака (міжнародного знака) для товарів і послуг № 576 від 03.08.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 4. Про охорону прав на промислові зразки : Закон України № 3688-XII/94-ВР від 15.12.1994 р. зі змінами № 762-IV від 15.05.2003 р., ВВР, 2003, № 30, ст. 247, № 850-IV від 22.05.2003 р., ВВР, 2003, № 35, ст. 271) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 5. Про охорону про зазначення походження товарів : Закон України № 32/99-ВР від 16.06.1999 р. зі змінами № 2188-III від 21.12.2000 р., ВВР, 2001, № 8, ст. 37, № 2921-III від 10.01.2002 р., ВВР, 2002, № 16, ст. 114, № 850-IV від 22.05.2003 р., ВВР, 2003, № 35, ст. 271) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 6. Про рекламу : Закон України № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. зі змінами № 642/97 від 18.11.1997 р., № 783-XIV від 03.06.1999 р., № 762-15 від 15.05.2003 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. 7. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер ; пер. с англ. Е. В. Виноградовой ; под общ. ред. В. Н. Домнина. – М. : Вершина, 2007. – 448 с. 8. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж. О'Шонесси ; пер. с англ. ; под ред. Д. О. Ямпольской. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.