

Михайленко М.В.

Студент ФСП

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Науковий керівник:

Бежевець А.М., ст. викл., ФСП

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Географічне зазначення як об'єкт права інтелектуальної власності

В умовах глобалізації ринкової економіки все більшої ролі набувають засоби індивідуалізації продукції та товарів. Вагомішим став і інститут географічного зазначення, оскільки він є показником спеціальних властивостей певного товару і його якості.

Право на географічне зазначення є відносно новим цивільно-правовим інститутом, який перебуває в Україні у стадії становлення. У більшості розвинених країн даний інститут існує уже давно і є невід'ємною частиною ринкової економіки.

Так ще у 1883 р. була прийнята «Паризька Конвенція про охорону промислової власності». Дана конвенція на міжнародно-правовому рівні включила і закріпила найменування місця походження товарів до об'єктів промислової власності.

В Україні регулювання відносин, які пов'язані з географічним зазначенням місця походження товарів, передбачено в Цивільному кодексі України (далі ЦКУ). Для цього виділена глава 45 «Право інтелектуальної власності на географічне зазначення», а також низкою інших законів, зокрема: Законом України «Про охорону прав на зазначення походження товарів», «Про захист недобросовісної конкуренції» тощо.

Тобто, умови набуття права на географічне зазначення, а також його захист регулюється на законодавчому рівні. Це зумовлено тим, що соціально-економічні, природні і географічні особливості певного регіону, які пов'язані з виробництвом продукції, уже самі по-собі викликають певні, переважно позитивні, асоціації з даним регіоном, що в свою чергу підвищує інтерес споживачів до даного товару. Також географічне зазначення є додатковою ознакою, за якою можна відрізнити конкретну продукцію від інших однорідних товарів. Лише згадка в назвах товарів чи навіть певні графічні зображення місцевостей, які відомі своїми особливими природними властивостями чи традиціями виготовлення, привертають увагу споживачів і таким чином сприяють реалізації товару.

На нашу думку, слід чітко відділяти інститут географічного зазначення і торговельної марки. Так, ці інститути мають спільні риси, зокрема:

- єдина сфера застосування цих позначень;
- обсяг правової охорони;
- ідентичність функцій, які виконують ці позначення.

Але, не зважаючи на це, між ними існують принципові відмінності. Основними з яких є те, що право на географічне зазначення не є виключним правом конкретного суб'єкта інтелектуальної власності, тому не може гарантувати розрізнення однорідних товарів, які виробляються в одній місцевості, а інститут торговельної марки, в свою чергу, дає виключне право на використання, а також на виключне надання права використовувати торговельну марку і таким чином чітко відносить даний товар до конкретного виробника. Також слід зазначити, що виникнення географічного зазначення пов'язане з тим, що конкретна географічна територія стає загальновідомою і створює стійку уяву про товар із характеристиками, які зумовлені наявністю особливих природних властивостей чи

людських кадрів даного регіону, а торговельну марку від початку створюють за бажанням розробника.

Слід звернути особливу увагу на важливість захисту географічних зазначень. Неконтрольоване використання цих зазначень може призвести до розмивання, втрати репутації, довіри до унікальних властивостей регіону. Що в свою чергу незмінно призведе до масштабних збитків для всіх, хто користується відповідним зазначенням. Адже географічні зазначення слугують для захисту нематеріальних цінностей, таких як ринкова диференціація, репутація і стандарти якості [3, с.368].

На жаль, на сьогодні існують проблеми розбіжності понять в українському законодавстві: у ЦКУ (ст.501) застосовується термін «географічне зазначення»[1], ЗУ «Про охорону прав на зазначення товарів» - «зазначення походження товару» (ст.6) [2]. Багато років ідеться про уніфікацію поняття у відповідності до ЦКУ, але відповідних заходів задля усунення даної колізії так і не було вжито.

Отже, географічне зазначення має важливе значення для суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з виробництвом продукції, яка має певні властивості, які обумовлені особливостями певного регіону. Попри деякі недопрацювання в усуненні термінологічних колізій щодо даного інституту, він, безперечно, цілком обгрунтовано виокремлюється серед інших засобів індивідуалізації. До того ж в українського виробника має бути повага до даного інституту, оскільки від географічних зазначень залежить не тільки ставлення українського, а й закордонного споживача товару. Порушення географічних зазначень можуть призвести до зниження попиту на українські товари, що спричинить тяжкі наслідки не лише для конкретного виробника, а й для всієї держави.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України 16.01.2003.
2. Закон України "Про охорону прав на зазначення товарів" 1999. – ст. 6
3. Актуальні проблеми правового регулювання підприємницької діяльності в Україні: монографія / Г.О. Андрощук, В.М. Алексеев, О.В. Безух та ін.; за ред. члена-коресп. АПН України, д.ю.н Н.М. Мирокненко. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2008. – 368 с.