

Для того щоб уникнути порушень авторського права в мережі, слід встановлювати гіперпосилання тільки на домашню сторінку або ж на сторінку, яка містить відомості про автора сайту. Саме через пряме посилання на матеріали, розміщені на сайтах друкованих ЗМІ, у Нідерландах та Німеччині було заборонено пошукові системи в Інтернеті [1, с. 27].

Отже, на сьогоднішній день дієві механізми правового захисту авторського права нормами вітчизняного законодавства є відсутніми. Цифрова форма закріплення розміщених в Інтернеті творів, правовий нігілізм його користувачів, а також транскордонний характер Інтернету сприяють масовим порушенням авторських прав в мережі Інтернет значно ускладнюють захист авторського права. Одним із найефективніших засобів захисту авторського права у мережі Інтернет є використання комплексного підходу, який включає поєднання правових та технічних засобів захисту. Адже лише в тому випадку, коли автор буде впевнений у захищеності свого авторського права він зможе спокійно творити і цим самим буде служити суспільству.

Література

1. Вилинов А. А. Краткий обзор практики регулирования отношений, связанных с незаконным использованием объектов авторского и смежных прав в сети Интернет, в странах ЕС, США и России / А. А. Вилинов // Культура: управление, экономика, право. – 2011. – № 1. – С. 27–31.

2. Пастухов О. М. Авторське право в Інтернеті: навч. посібник / О. М. Пастухов; відп. ред. О. А. Підпригора; Академія правових наук України, Науково-дослідний ін-т інтелектуальної власності. – К.: Школа, 2004. – 143 с.

3. Ріппа П. С. Забезпечення авторських прав у мережі Інтернет / П. С. Ріппа // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право): зб. наук. праць. – Ірпінь, 2011. – № 2. – С. 194–202.

УДК 347.772.3

Грикун М. В., студент,
Навчально-науковий Юридичний інститут,
Національний авіаційний університет, м. Київ
Науковий керівник: Кметик Х. В., к.ю.н.

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК В УКРАЇНІ

У сучасному світі підвищується значення торговельних марок, що пов'язано, перш за все, із боротьбою за споживачів, яка існує в умовах ринкового конкурентного середовища. Товари та послуги великих і малих брендів індивідуалізуються за допомогою торговельних марок. У

споживачів ставлення до товарів і послуг пов'язуються з товарним знаком, адже він частіше за інші елементи зображується на всіх товарах, які належать бренду, з'являється в рекламних матеріалах тощо. Та незважаючи на підвищений інтерес до проблеми з боку як учених, так і практиків, тема захисту торговельних марок залишається не повністю розкритою.

Торговельна марка як засіб індивідуалізації товарів і послуг – це об'єкт господарських правовідносин, суб'єктом права на який можуть бути юридичні та фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність. Позначення, яке є основою торговельної марки, є об'єктом цивільних правовідносин, зокрема авторського права, а суб'єктом права на нього є фізична особа, яка його розробила, – автор. Однак торговельні марки не визнаються об'єктами авторських прав. Позначення, що реєструються як торговельні марки, можуть відповідати всім вимогам, які висуваються до об'єктів авторських прав. Однак якщо автор дав згоду на використання створеного ним твору як торговельної марки, то він не набуває у зв'язку з цим жодних додаткових прав чи переваг. Сферою авторських прав обмежується лише правова охорона його особистих немайнових і майнових інтересів.

Серед справ щодо захисту інтелектуальної власності, що перебувають на розгляді в українських судах лєвова частка стосується захисту торгових марок. Основними проблемами є співіснування торгових марок та географічних позначень, захист від контрафактної продукції, недобросовісна конкуренція тощо.

Єдиного визначення поняття «торговельна марка» і в законодавстві України, і в науковій думці не існує. Також Цивільний кодекс України не дає вичерпного переліку об'єктів торговельних марок [1, с. 73].

Однією з серйозних проблем є так зване «клонування» товарів. Зазвичай зовнішнє оформлення «клонів» нічим не поступається оригіналу. Тому розібратися, який товар справжній, а який – ні, споживачеві буває дуже складно. Західні підприємства більш досвідчені, ніж вітчизняні, а тому всі майнові й інтелектуальні права захищають комплексно і в цілому.

Захистити товари з технічної точки зору можна різними способами, наприклад, створивши для них оригінальну упаковку, яку складно підробити, що, однак, зазвичай дорого коштує виробникові, а отже, може значно вплинути на ціну товару, яку сплачує споживач. До дієвих протипідробних технологій відносять нанесення голографічних зображень, також для захисту використовують сертифікати відповідності та інші засоби [3, с. 288].

Окрім технічних засобів захисту торговельних марок існують правові засоби. Для досягнення кращого результату доцільно використовувати їх у поєднанні. Правові засоби, у свою чергу, поділяються на дві групи: одні спрямовані на захист торговельних марок як об'єктів інтелектуальної

власності від порушень, а інші можливо застосовувати тільки після фактичного скоєння правопорушення, для відновлення прав власника торговельної марки.

Офіційно охорона знаку для товарів та послуг (торгової марки) пов'язана із його реєстрацією. Після цього власник отримує повний обсяг прав на використання торгової марки. Але період, протягом якого охороняються права власника, та право попереднього використання починається не з дати прийняття рішення про реєстрацію знаку для товарів та послуг, а з дати подання заявки або заявлення пріоритету на такий знак [2, с. 145].

Виходячи із вищевикладеного, можна зробити висновок, що охорона прав на знаки для товарів і послуг є досить актуальним питанням сьогодення. Не вживши заходів по реєстрації прав на знак для товарів і послуг, господарюючий суб'єкт ризикує поставити свою ділову репутацію під удар недобросовісним конкурентам, при цьому зазнавши шкоди у вигляді реальних збитків та упущеної вигоди.

Література

1. Коваль А. Захист прав інтелектуальної власності на торговельну марку (знак для товарів і послуг) / А. Коваль // Юридичний журнал. – 2014. – № 1. – С. 72–81.

2. Можаровська Н. Адміністративно-правові аспекти набуття права на торговельні марки, їх охорони та захисту в Україні / Н. Можаровська // Право України. – 2010. – № 2. – С. 143–149.

3. Ромат Т. Є. Захист торговельних марок як об'єктів інтелектуальної власності / Т. Є. Ромат // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 3. – С. 286–294.

УДК 347.9(043.2)

Гулевич А. О., студентка,
Навчально-науковий Юридичний інститут,
Національний авіаційний університет, м. Київ
Науковий керівник: Білоусов В. М., старший викладач

ЗАСТОСУВАННЯ ЦИВІЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЗА АНАЛОГІЄЮ

У процесі правозастосування можуть виникати ситуації, коли правову колізію неможливо вирішити на підставі норм існуючих актів цивільного законодавства, оскільки законодавець не передбачив або не міг заздалегідь передбачити можливість виникнення такої колізії. Відсутність конкретної законодавчої норми, необхідної для врегулювання колізійного випадку називається прогалиною у законодавстві. Для вирішення