

МЕХАНІЗМ ЗАХИСТУ ТОВАРНИХ ЗНАКІВ

Чуксіна К. Р., Гаряєва Г.М.

Національний технічний університет «ХПИ», м. Харків

В інформаційному суспільстві інвестиції переходять на інший рівень, чим в індустріальному суспільстві, тобто у виробництво засобів виробництва. В цьому аспекті важливим для конкурентоспроможного функціонування підприємства є використання захищеного товарного знаку для своїх послуг чи товарів, що швидко запам'ятовується та має добру репутацію серед користувачів. Згідно ст. 20 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» кожне посягання на права власника зареєстрованого знаку є порушенням права цього власника. Такими порушеннями повинні признаватися несумлінні дії з боку будь-якої особи, що використовує ідентичний або подібний товарний знак, та в сою чергу, тягнуть за собою адміністративну відповідальність.

Товарний знак відіграє важливу роль в економіці країни в цілому і в господарській діяльності зокрема. Використання товарних знаків за умов конкуренції дозволяє підприємцям певним чином виділити свої товари з маси аналогічних, протиставити їх товарам конкурента, щоб полегшити покупцеві вибір товару (послуги) і тим самим прискорити й розширити їх збут. Важливим кроком у підготовці захисту товарного знаку – це встановлення факту його неправомірного використання, що буває двох видів: контрафакція та імітація. Під контрафакцією товарного знаку розуміють копіювання його основних і другорядних елементів, або незначна їх зміна. Імітацією вважається близьке відтворення вже відомого товарного знаку для ідентичної продукції.

Юрисдикційна форма захисту прав поділяється на загальну і спеціальну форми здійснення передбачених законом заходів захисту. Відповідно до загальної форми захист прав на об'єкти власності здійснюються в судовому порядку. Спеціальною формою захисту прав на об'єкти промислової власності є адміністративний порядок захисту цих прав.

Слід рекомендувати, використання і неюрисдикційну форму захисту: створення вдалої системи самостійної охорони на підприємстві.