

## РОЗДІЛ 13

# АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЮРИСПРУДЕНЦІЇ

УДК 347.21

DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-2/133>

### ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВИКЛЮЧНИХ ПРАВ НА ТОРГОВЕЛЬНУ МАРКУ

### FACTORS OF EFFECTIVE USE OF EXCLUSIVE TRADEMARK RIGHTS

**Петренко В.О., д.т.н.,**  
заслужений діяч науки і техніки України,  
професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами  
*Національна металургійна академія України*

**Кіжаєв С.О., к.т.н.,**  
доцент кафедри інноваційної інженерії  
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»,  
Міжнародна академія біоенерготехнологій при ЮНЕСКО*

**Рудченко О.В., магістр інтелектуальної власності,  
приватний нотаріус**  
*Київський міський нотаріальний округ*

Стаття присвячена висвітленню факторів ефективного використання виключних прав на торговельну марку (ТМ).

На основі аналізу літературних джерел встановлено, що фактори ефективного використання виключних прав на ТМ мають значний вплив на конкурентоспроможність промислових підприємств та їх продукцію. В літературі ще замало даних щодо дослідження цієї проблематики.

Права на торговельні марки є абсолютними і виключними суб'єктивними правами. Сутність права на використання ТМ полягає в можливості її необмеженого комерційного використання для позначення товарів чи послуг, що виробляються і реалізуються чи надаються.

Використанням ТМ вважається застосування її на товарах і (або) на їхній упаковці. Використанням може бути визнано також застосування її позначення в рекламі, друкованих виданнях, на вивісках, при демонстрації експонатів. Фактором використання ТМ може бути попереджувальне маркування, що вказує на її реєстрацію в Україні.

До факторів ефективного використання ТМ належить комерційне її використання, яке дає змогу власнику отримувати прибуток за рахунок як використання відповідної ТМ у власному виробництві, так і продажу або передачі відповідних прав на її використання.

Основними способами комерціалізації ТМ є: використання її у власному виробництві; внесення прав на неї до статутного капіталу підприємства. У сфері розпорядження правами на ТМ зазвичай укладаються два основні договори: про передавання прав та ліцензійні договори.

ТМ сама по собі несе інформацію про якість та характер товару, вона є символом володіння підприємцем плодами чужої праці та розробки своїх ідей, а через рекламу та маркетинг означає споживачу обізнаність. ТМ стимулює вкладення інвестицій та виготовлення високоякісної продукції.

Сучасний рівень ефективного використання виключних прав на ТМ залежить від наступних факторів:

- обов'язкове постійне використання ТМ;
- добросовісне користування правами на ТМ;
- збереження високої якості продукції;
- ефективність роботи ТМ, унікальність;
- маркетингові дослідження;
- рекламна компанія;
- попереджувальне маркування;
- запуск виробництва маркованої продукції чи початок надання послуг;
- вкладення інвестицій;
- інтенсивність використання ТМ;
- впізнаваність та популярність серед споживачів;
- наявність правової охорони;
- вдосконалення законодавства.

Вищенаведені фактори ефективного використання виключного права на ТМ рекомендовано включати до змісту договорів розпорядження правами на неї.

**Ключові слова:** виключні права на торговельну марку, фактори ефективного використання, обов'язкове використання, комерціалізація, правова охорона, маркування, реклама.

The article is devoted to the coverage of factors of effective exercise of the exclusive rights to a trademark use (TM).

Based on the analysis of literature sources, the authors establish that the factors of effective exercise of the exclusive rights to TM use have a big impact on the competitiveness of industrial enterprises and their production. There is a lack of data on the study of the issue concerned in literature.

The rights to trademarks use are absolute and exclusive legal rights. The essence of TM exercise involves the option of its unrestricted commercial use for indicating goods or services that are produced and implemented or provided.

The use of TM means its application to goods and (or) their packages. The use also can be considered as the application of its label in advertisement, printed sources, sign-boards, during exhibits demonstration. A warning marking, which indicates its registration, can be a factor of TM use.

The factors of effective use of TM include its commercial exploitation, which empowers an owner to get a profit through the use of a relevant TM both in own production and sale or to delegate the rights to its use.

The main ways of TM commercialization are as follows: its use in own production; the inclusion of the rights to TM use in the enterprise's registered capital. As a rule, in the area of disposal of the rights to TM use, two basic contracts are concluded: on rights assignment and licensing contracts.

TM per se contains information about the quality and nature of an item; it is a symbol of an entrepreneur's possession of fruits of the labour of other people and the development of personal ideas and due to advertisement and marketing, TM promotes consumer awareness. It encourages investment and manufacture of high-quality products.

The current level of effective exercise of the exclusive rights to TM use depends on the following factors:

- obligatory constant of TM use;
- bona fide enjoyment of rights to TM use;
- preservation of products' high quality;
- TM efficiency, a unique nature;
- marketing research;
- advertisement campaign;
- warning marking;
- start of manufacturing of labeled products or provision of services;
- investment;
- intensity of TM use;
- recognition and popularity among consumers;
- availability of legal protection;
- legislation improving.

The authors recommend including the above factors of effective exercise of the exclusive right to TM use in the tenor of contracts on disposal of the rights to TM use.

**Key words:** exclusive rights to the trademark use, factors of effective use, obligatory use, commercialization, legal protection, marking, advertisement.

**Постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки ТМ, товарні знаки стали правовим інструментом, який регулює товарообіг і виконує багато функцій, спрямованих на правове забезпечення ефективності. Насамперед марка служить для персоніфікації товарів або послуг одного виробника щодо аналогічних товарів (послуг) іншого. Розкручена марка – це своєрідна форма самореклами.

Слід відзначити, що сфера використання ТМ впливає й на умови набуття прав на неї. При цьому важливе значення має, з одного боку, ефективний захист прав та інтересів правласника від незаконних посягань на ТМ третіх осіб, а з іншого – унеможливлення зловживання правовласником належними йому правами інтелектуальної власності, що може призводити до неправомірних обмежень прав інших суб'єктів господарювання [1, с. 141].

Слід наголосити, що фактори ефективного використання виключних прав на ТМ мають значний вплив на конкурентоспроможність промислових підприємств та їх продукцію. В літературі, на жаль, ще замало розкрита ця тема, що визначає актуальність дослідження.

**Метою статті** є висвітлення факторів ефективного використання виключних прав на ТМ.

**Виклад основного матеріалу.** Використанням знака чи ТМ визнається:

- нанесення його на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням знака з метою пропонування його для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення);

- застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої знак зареєстровано;

- застосування його в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет, у тому числі в доменних іменах [2, с. 423].

Особа, що має майнові права на ТМ, має такі правомочності:

- самостійно вчиняти вищенаведені дії з використання ТМ (ця правомочність може бути реалізована лише праволодільцем, а тому жодні договори стосовно цієї правомочності не можуть бути укладені);

- дозволяти вчинення дій із використання ТМ іншим особам (ця правомочність може бути реалізована праволодільцем шляхом укладення, зокрема, ліцензійного договору);

- перешкоджати неправомірному використанню об'єкта права інтелектуальної власності, в тому числі

забороняти таке використання (цю правомочність особа може реалізувати як самостійно, так і шляхом надання такого права своїм договірним контрагентам, зокрема, у випадку видачі виключної ліцензії) [2, с. 423].

ТМ визнається використаною, якщо її застосовано у формі зареєстрованої марки, а також у формі, що відрізняється від зареєстрованої марки лише окремими елементами, якщо це не змінює в цілому відмітності марки, то праволоділець має виключне право забороняти іншим особам використовувати без його згоди:

- зареєстровану марку стосовно наведених у свідоцтві товарів і послуг;

- зареєстровану марку стосовно товарів і послуг, споріднених із наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання можна ввести в оману щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги;

- позначення, схоже із зареєстрованою маркою, щодо наведених у свідоцтві товарів і послуг, якщо внаслідок такого використання ці позначення і марку можна сплутати;

- позначення, схоже із зареєстрованою маркою, щодо товарів і послуг, споріднених із наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання можна ввести в оману щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги, або ці позначення і марку можна сплутати;

- передавати іншій особі майнові права інтелектуальної власності на ТМ повністю або відносно частини зазначених у свідоцтві товарів і послуг (ця правомочність може бути реалізована праволодільцем шляхом укладення договору про передання виключних майнових прав інтелектуальної власності) [2, с. 424].

Необхідно враховувати, що обсяг правової охорони ТМ визначається наведеним у свідоцтві зображенням марки і переліком товарів і послуг, внесених до Реєстру, якщо інше не встановлено законом. Це означає, що права інтелектуальної власності особи, яка зареєструвала ТМ, поширюються лише на використання цієї марки стосовно зазначених товарів та послуг.

Дія майнових прав на ТМ, як і на інші об'єкти інтелектуальної власності, обмежена по території і в часі. Так, правова охорона ТМ поширюється лише на територію тих країн, де вона зареєстрована або визнана добре відомою.

Строк дії майнових прав на зареєстровану ТМ становить десять років із дати, наступної за датою подання заявки на ТМ в установленому законом порядку. Однак, враховуючи функції ТМ, на відміну від прав на інші об'єкти інтелектуальної власності, зазначений строк за бажанням

правоволодільця може бути продовжений щоразу на десять років необмежену кількість разів [2, с. 425].

Права на ТМ є абсолютними і виключними суб'єктивними правами. Це означає, що власник прав на ТМ має право використовувати цю марку, а також виключне право перешкоджати, забороняти чи дозволяти використовувати її іншим особам. Відтак ніхто не може використовувати ТМ, що охороняється в Україні, без дозволу власника прав на неї.

Суть права на використання ТМ полягає в можливості її необмеженого комерційного використання для позначення товарів чи послуг, що виробляються і реалізуються чи надаються. Використанням ТМ вважається насамперед застосування її на товарах і (або) на їхній упаковці. При цьому особою, яка використовує ТМ, може бути як сам власник прав на цю марку, так і особа, якій такі права надані на підставі ліцензійного договору. За наявності поважних причин щодо неможливості використання ТМ у такій формі використання може бути визнано також застосування цієї ТМ в рекламі, друкованих виданнях, на вивісках, при демонстрації експонатів на виставках і ярмарках, що проводяться в Україні.

При використанні ТМ власник прав на неї може пропонувати поряд із цим позначенням попереджувальне маркування, яке вказує на те, що застосоване позначення зареєстроване в Україні як ТМ. Таке маркування виконує рекламно-інформаційну та патентно-правову функції. З одного боку, воно дає змогу виокремити ТМ з-поміж інших видів позначень, якими маркується товар чи його упаковка, завдяки чому увага споживачів привертається до специфіки такого позначення. Крім того, застосування попереджувального маркування є додатковою рекламою певних товарів і послуг. З іншого боку, завдяки попереджувальному маркуванню можна оперативніше встановити факт реєстрації ТМ, а це застерігає інших осіб від порушення прав на цю марку.

Комерціалізація права інтелектуальної власності на ТМ дає змогу їх власнику отримувати прибуток як за рахунок використання відповідної ТМ у власному виробництві, так і продажу або передачі відповідних прав на її використання іншим юридичним чи фізичним особам. Основними способами комерціалізації ТМ є: використання відповідної ТМ у власному виробництві; внесення прав інтелектуальної власності на ТМ до статутного капіталу підприємства; передача (продаж) прав на торговельну марку.

Комерціалізація через використання ТМ у власному виробництві товарів чи надання послуг є найбільш вигідною з точки зору прибутку. У цьому випадку весь прибуток від продажу товарів та надання послуг, що отримано за допомогою використання відповідної ТМ, залишається у того, хто має виключні права на дану ТМ. Враховуючи те, що обсяг виробленої продукції часто може бути великим, то і прибуток, що надходить від її реалізації, може значно перевищувати вартість прав на відповідну ТМ в разі передачі права на її використання.

Окремо слід підкреслити, що ТМ також можна внести до статутного капіталу відповідної юридичної особи замість майна, грошей та інших матеріальних цінностей, для чого необхідна лише добра воля всіх засновників відповідної юридичної особи. Використання ТМ у статутному капіталі дозволяє сформувати значний за своїми розмірами статутний капітал без відволікання коштів та забезпечити доступ до банківських кредитів і інвестицій, використовуючи ТМ як об'єкт застави нарівні з іншими видами майна; амортизувати ТМ у статутному капіталі і замінити її реальними коштами, включаючи амортизаційні відрахування на собівартість продукції, тобто капіталізувати ТМ; власнику ТМ стати засновником при організації дочірніх та самостійних фірм без відгалуження коштів. Внесення прав інтелектуальної власності на ТМ до статутного капіталу замість «живих» грошей надає право на отримання

дивідендів; право на участь в управлінні підприємством через загальні збори правління; право на отримання ліквідаційної квоти у разі ліквідації підприємства тощо.

Як символ ТМ сама по собі несе інформацію про якість та характер товару, вона є символом володіння підприємцем плодами своєї праці та розробки своїх ідей, які ця ТМ представляє, а через рекламу та маркетинг також означає споживачську обізнаність, яку вона забезпечує. Також ТМ стимулює вкладення інвестицій та виготовлення високоякісної продукції, сприяє безпечним умовам входження до ринку.

Сьогодні ТМ необхідно розглядати як невіддільний елемент ринкових відносин, важливий фактор підвищення конкурентоспроможності продукції, захисту від недобросовісної конкуренції. Виконуючи функцію індивідуалізації товарів і послуг суб'єктів підприємницької діяльності, гарантуючи якість цих товарів і послуг, ТМ стає дедалі важливішим економічним важелем в умовах активізації торгівлі та глобалізації міжнародного торговельного простору [3].

ТМ є неодмінною умовою існування конкурентної економіки. Вона являє собою найцінніший актив компанії, тому є важливою ланкою конкурентоздатної економіки, а також забезпечує можливість зробити вибір між конкуруючими товарами, даючи покупцю змогу відрізнити один товар від іншого.

ТМ можуть виступати як словесні, зображувальні, об'ємні (скажімо, флакони для парфумів або пляшки для алкогольних напоїв) та інші (наприклад, звукові, світлові). Найбільш ефективним і поширеним об'єктом ТМ є словесні позначення. Їх питома вага в масі товарних знаків у країнах з високорозвинутою економікою досягає 70%. Раніше перевагу надавали зображувальним позначенням. Між тим у світовій практиці вже давно помітна тенденція до зростання кількості саме словесних позначень [4].

Основними функціями ТМ є: вирізнення товару або послуг серед інших подібних, що перебувають у цивільному обігу; вказівка на походження товару або послуг; вказівка на певну якість товару і послуг; рекламування даного товару і послуг [5, с. 302].

У сфері розпорядження правами на торговельні марки зазвичай укладаються два основні договори: про передачу (відчуження) прав на ТМ та ліцензійні договори, на підставі яких особа отримує право на використання ТМ на тимчасових засадах.

Використання ТМ зумовлює необхідність постійного збереження високої якості останніх, неухильне підвищення ефективності й раціональності виробництва, конкурентоспроможності продукції.

У статті 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [6] визначено термін «використання» ТМ:

– по-перше, право власника марки наносити її на товари і при наданні послуг, для яких її було зареєстровано, тару, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, етикетку, нашивку, бирку чи інший предмет, що має відношення до товару (послуги);

– по-друге, право вводити до господарського обороту товари, послуги, позначені ТМ (продаж, імпорт, експорт, зберігання з метою продажу, застосування під час пропонування для продажу товару (надання послуги), для яких було зареєстровано ТМ);

– по-третє, право використання ТМ в рекламі, діловій документації чи в мережі Інтернет (в тому числі використання доменних імен тождесних чи подібних до марки настільки, що їх можна сплутати.)

У Цивільному кодексі України щодо знаку для товарів і послуг вжитий термін «торговельна марка» [7], але, по суті, термін «знак для товарів і послуг» та «торговельна марка» означають те ж саме поняття і тому можуть вживатися як рівнозначні. Згідно з ч. 1 ст. 492 Цивільного

кодексу України ТМ може бути будь-яке позначення або їх комбінація, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами [7].

Стаття 1 Закону України «Про охорону знаків для товарів і послуг» визначає ТМ як позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб. Відповідно до п. 2 ст. 5 Закону об'єктом знака може бути будь-яке позначення, або будь-яка комбінація позначень (слова, літери, цифри, зображувальні елементи, кольори та комбінації кольорів, а також будь-яка їх комбінація) [6].

Власник свідоцтва може передавати будь-якій особі право власності на знак повністю або щодо частини зазначених у свідоцтві товарів і послуг на підставі договору. Передача права власності на знак не допускається, якщо вона може стати причиною введення в оману споживача щодо товару й послуги або щодо особи, яка виготовляє товар чи надає послугу.

Укладання ліцензійного договору є важливою умовою капіталізації прав на ТМ, яким особа могла б отримувати зиски, сама не вдаючись до виробництва товарів чи надання послуг, перетворити таким чином це позначення на товар. Ліцензія уповноважує суб'єкта (ліцензіата) на користування чужим нематеріальним благом, яке охороняється виключними правами, що служать іншому суб'єкту (ліцензіару). Ліцензія розглядається як дозвіл правомочного суб'єкта, який має виключне право, що надається іншій особі, яка внаслідок цього набуває правомочності користування визначеним нематеріальним благом.

Ліцензія може бути виключною – ліцензіат передає увесь комплекс правомочностей, втрачаючи будь-які можливості самому використовувати ТМ чи видавати ліцензії на її використання іншим особам; невиключною – ліцензіар зберігає за собою можливість використовувати позначення, а також видавати ліцензії на використання іншим особам; одиночною – ліцензіар зберігає можливість використовувати позначення, але без права видавати ліцензії на нього іншим особам. Важливою умовою під час укладання і виконання ліцензійного договору є додержання якості позначуваних товарів з боку ліцензіата [8, с. 19].

Якщо право на використання ТМ буде надано на умовах виключної ліцензії, використовувати її зможе виключно ліцензіат. На умовах одиночної ліцензії ТМ зможе використовувати як ліцензіат, так і ліцензіар. Якщо ж буде надано невиключну ліцензію, ліцензіар зможе використовувати ТМ, а також укласти відповідні договори з іншими суб'єктами, крім ліцензіата.

Ліцензійний договір повинен містити умову про те, що якість товарів і послуг, виготовлених чи наданих за ліцензійним договором, не буде нижчою від якості товарів і послуг власника свідоцтва, і що останній здійснюватиме контроль за виконанням цієї умови [1, с. 146].

В умовах ліцензійного договору повинний бути пункт про те, що якість товарів і послуг ліцензіата не повинна бути нижчою від якості товарів та послуг власника свідоцтва (ліцензіара). Ця норма спрямована на унеможливлення погіршення якості маркованої продукції ліцензіаром. Вона складає істотну умову договору, а тому її відсутність у переліку умов ліцензійного договору означатиме його неукладеність.

Багато праволодільців в Україні часто прагнуть лише капіталізації ТМ, підтримуючи на початку високий рівень якості товарів з тим, аби в подальшому передати свої позначення за договорами виключної ліцензії або відступленням майнових виключних прав іншим особам. Ліцензіати в таких випадках скоріше захочуть користуватися репутацію позначення, аніж дбати про якість

позначуваного товару. До того ж контроль за якістю продукції з боку ліцензіара може бути лише формальним [8, с. 20–21].

Правильним є розмежування права на використання як суб'єктивного права конкретної особи та власне використання ТМ як фактичного стану. Використання ТМ може розумітись як певний факт, коли це комерційне позначення виконує свою функцію, здійснюється на ринку, що може забезпечуватися як діями самого власника свідоцтва на знак для товарів і послуг, так і уповноваженими власником особами (через укладення ліцензійного договору). Отже, і сам власник свідоцтва, і ліцензіат, здійснюючи своє суб'єктивне право використовувати позначення, забезпечують й об'єктивне використання ТМ, її місце на ринку [8, с. 17].

Зокрема, це дозвіл ліцензіату використовувати ТМ в іншій країні і/або використовувати її для маркування інших видів товарів. У першому випадку необхідно набути правову охорону (зареєструвати) ТМ в цій країні, в другому випадку – ТМ повинна бути зареєстрована для тих класів товарів і/або послуг, для яких передбачається її використання [9, с. 35].

До переліку договорів щодо розпорядження виключними правами на ТМ входять договори комерційної концесії. Як відзначає Г. Ткачук, за цим договором передається право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (ТМ, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації. ТМ є визначальним об'єктом цього договору, адже саме ТМ є носієм ділової репутації правовласника і саме її використання дозволяє користувачу використовувати ділову репутацію [10].

Розглянемо модель ефективного використання виключного права інтелектуальної власності на ТМ (див. рис. 1).

Наведена модель ефективного використання виключного права на ТМ відрізняється наявністю наступних складників – факторів, які є носіями ефективності: обов'язкове постійне використання ТМ, добросовісне користування правами на ТМ, комерційне використання ТМ, збереження високої якості (згідно з задекларованою якістю в договорах), ефективність використання ТМ у господарському обігу.

Фактор ефективного використання виключного права на ТМ декларує необхідність обов'язкового постійного використання ТМ для всіх видів товарів та послуг, які є продукцією праволодільця ТМ. Ця умова повинна виконуватися, а інакше споживач товарів чи послуг на ринку цієї продукції може бути штучно введений в оману, якщо не вся продукція в асортименті та часі буде забезпечена нанесенням ТМ. У разі невиконання цієї вимоги виникають ризики отримання збитків.

Фактор ефективного використання виключного права на ТМ висуває також вимогу добросовісного користування правами на ТМ.

Цей складник ефективного використання характерний для випадку передачі виключних прав на ТМ по договору. Власник ТМ повинен згідно з договором контролювати діяльність ліцензіата щодо питань добросовісного виконання обов'язків за договором. Інакше праволодільця ТМ може мати не тільки стан неефективного використання ТМ, а й реалізації ризиків збитковості.

Фактором ефективного використання виключного права на ТМ є комерційне використання ТМ – це використання у власному виробництві, передача прав на використання (за ліцензійним договором, за договором комерційної концесії, за договором лізингу) з обов'язковим отриманням прибутку.

Фактором ефективного використання виключного права інтелектуальної власності на ТМ є також збереження високої якості продукції згідно з ліцензійним

договором. Якість товарів і послуг складає істотну умову цього договору, а тому її відсутність у переліку умов ліцензійного договору означатиме його нікчемність.

Правоволодільці ТМ повинні дбати про якість продукції ліцензіара, яку він виробляє та продає на ринку під ТМ правоволодільця.

Фактором ефективного використання виключного права на ТМ є ефективність її використання у господарському обігу. ТМ як комплексний об'єкт інтелектуальної власності може і повинен бути використаний, в тому числі як рекламний інтелектуальний продукт, для просування на ринку інноваційної продукції правоволодільця, виробництво якої включає в себе використання інших об'єктів права інтелектуальної власності (наприклад, винахід, корисна модель, промисловий зразок тощо).

В умовах промислових підприємств, закладів вищої освіти є нагальна необхідність мати декілька ТМ на товари та послуги для обслуговування певних напрямів діяльності.

**Висновки.** Підсумовуючи викладене, можемо зробити висновок, що сучасний рівень ефективного використання виключних прав на ТМ залежить від наступних факторів: обов'язкове постійне використання ТМ; добросовісне користування правами на ТМ; збереження високої якості продукції; ефективність роботи ТМ, унікальність; маркетингові дослідження; рекламна компанія; попереджувальне маркування; запуск виробництва маркованої продукції чи початок надання послуг; вкладення інвестицій; інтенсивність використання ТМ; впізнаваність та популярність серед споживачів; наявність правової охорони; вдосконалення законодавства. Потрібно рекомендувати включати до змісту договорів розпорядження правами на ТМ вищенаведені фактори ефективного використання виключного права на неї.



Рис. 1. Модель ефективного використання виключного права на торговельну марку

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Басай О.В. Підстави для набуття права на торговельні марки. *Актуальні проблеми держави і права*. 2014. С. 141–147.
2. Право інтелектуальної власності: Академічний курс / О.П. Орлюк, Г.О. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський та ін. ; За ред. О.П. Орлюк, О.Д. Святоцького. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре». 2007. 696 с.
3. Дмитришин В.С. Розпорядження майновими правами інтелектуальної власності в Україні : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : «Держ. ін-т. інтел. власн.». 2008. 248 с.
4. Право інтелектуальної власності : підручник для студентів вищих навч. закладів / за ред. О.А. Підпригори, О.Д. Святоцького. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре». 2002. 624 с.
5. Шишка Р.Б. Охорона права інтелектуальної власності: авторсько-правовий аспект. Харків : НУВС. 2012. 409 с.
6. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993, № 3689-XIII// *Відомості Верховної Ради України* (ВВР), 1994, № 7, ст. 36. URL: zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3689-12. – Назва з екрана.
7. Цивільний кодекс України. Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*, 2003, №№ 40-44, ст.356. URL: zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15. – Назва з екрана.
8. Савич С.С. Суб'єктний стан та особливості використання торговельної марки за законодавством України та Республіки Польща. *Університетські наукові записки*, 2017. № 62. С. 14-22. URL: www.unz.km.ua/visnyk/1710.pdf.
9. Работягова Л. Деякі аспекти укладання ліцензійних договорів на використання торговельної марки. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2017. № 2. С. 35–44.
10. Ткачук Г. Щодо договорів про передання прав на торговельну марку. URL: C:/Users/ноут/Downloads/200-380-1-SM%20(1).pdf.