

Лекція №3

Тема 2: Форми реєстраційних документів на об'єкти інтелектуальної власності

Торговельна марка на товари і послуги

Мета заняття: Ознайомлення з видами торговельних марок (далі - ТМ), прикладами використання і вивчення Міжнародної класифікації товарів і послуг для реєстрації торговельних марок.

Навчальні питання

1. Торговельні марки на товари і послуги.
2. Види ТМ.
3. Право інтелектуальної власності на ТМ.
4. Підстави для виникнення права на ТМ. Виключне право на ТМ.
5. Майнові права інтелектуальної власності на ТМ.
6. Припинення та визнання недійсним права інтелектуальної власності на ТМ
7. Міжнародна класифікація товарів і послуг (МКТП)
8. Охороноздатність ТМ

Література

1. Закон України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" //Документ 3689XII, чинний, поточна редакція — Редакція від 16.08.2020.
(<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12>).
2. Інтелектуальна власність: навчально-наочний посібник / О. В. Іванюк, І. Л. Литвинчук. – Житомир: В. Б. Котвицький, 2014, 163 с.
3. Актуальні проблеми права інтелектуальної власності: Навчальний посібник / В. К. Матвійчук, С. А. Пилипенко, Т. П. Устименко та ін.; За ред. І. С. Тімуш, Ю. В. Нікітіна, В. П. Мироненко. – К. : Національна академія управління, 2014, 352 с.
4. Доріс Лонг, Патриція Рей, Жаров В.О., Шевелева Т.М., Василенко І.Е., Дроб'язко В.С. Захист прав інтелектуальної власності: норми міжнародного і національного законодавства та їх правозастосування. Практичний посібник. – К.: «К.І.С.», 2007, 448 с.
(ISBN 978-966-7048-97-6)

Торговельні марки на товари і послуги.

Відповідно до Закону України від 16.08.2020 "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" (далі - Закон) торговельна марка - позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Торговельна марка - позначення для індивідуалізації товарів, виконуваних робіт або послуг юридичних осіб або індивідуальних підприємців.

ТМ дозволяють споживачеві розрізняти однорідні товари і послуги різних виробників.

Нижче наведені приклади ТМ виробників: *канцелярських товарів*



комп'ютерних моніторів



спортивного одягу



Виду ТМ

Як позначення, яке може бути використане як ТМ, може бути будь-який образ, який людина здатна сприймати за допомогою будь-яких органів чуття. Існує цілий ряд обмежень, а точніше - встановлених законом підстав для відмови в реєстрації знака, про які йтиметься нижче, однак принципово щодо виду позначення, його природи або способу

пред'явлення будь-яких обмежень не існує. Важливо, щоб це позначення людина могла сприймати і розрізнити серед інших, супроводжуваних товари, послуги.

Торговельна марка (далі - ТМ) для товарів і послуг – це позначення, за яким товари й послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

У конкурентній боротьбі на ринку товарів і послуг виграє виробник товару вищої якості, а також особа, яка забезпечує найвищий рівень послуг. ТМ дає змогу відрізнити товари й послуги одних осіб від однорідних товарів і послуг інших осіб, а також часто замінює собою довге й складне найменування тієї чи іншої юридичної чи фізичної особи.

Торговельна марка виконує функції:

- індивідуалізації товарів і послуг шляхом їх виділення з маси однорідних і подібних товарів і послуг;
- вказівки на певну якість товарів і послуг, джерело їх походження, а також реклами.

Саме тому наявність ТМ спрощує для споживача вибір товарів і послуг необхідної якості.

Зазвичай ТМ є позначення, розміщене на продукції, її пакуванні або супровідній документації. Таке позначення розглядають як ТМ для товарів і послуг лише тоді, коли вона зарєєстрована у встановленому законом порядку.

У нашій державі згідно із *Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»*, введеним у дію *01.07.1994*, об'єктом ТМ може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень.

Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, у тому числі: власні імена, літери, цифри, зображувальні (образотворчі) елементи, кольори та комбінації кольорів, а також будь-яка комбінація таких позначень.

Таким чином, ТМ найчастіше можуть бути словесні, зображувальні, об'ємні та інші позначення або їх комбінації, виконані в будь-якому кольорі чи поєднанні кольорів.

Словесні ТМ для товарів і послуг являють собою слова або сполучення букв, що мають словесний характер.

Словесні ТМ мають перед іншими видами ТМ для товарів і послуг таку перевагу як **наявність фонетичного аспекту**. Вони найчастіше мають більшу розрізняльну силу та краще запам'ятовуються й відтворюються, ніж зображувальні.

Словесна ТМ простіше пов'язувати з фірмовим найменуванням, створюючи серії ТМ для однієї юридичної особи (підприємства, організації тощо). Особливо же значні переваги словесних ТМ для товарів і послуг з точки зору реклами (приблизно 80 % усіх ТМ для товарів і послуг у світі є словесними).

Словесні ТМ поділяють на дві основні групи:

- *ТМ у вигляді слів природної мови;*
- *ТМ у вигляді слів, утворених штучно.*

Природні слова зазвичай запам'ятовують краще, ніж штучні.

Природні слова – це звичайні слова й сполучення слів різних мов:

- БРАВО, ЗОЛОТА ФОРТУНА, АСТРА, PUMA, PEARL DROPS, MON AMI; - а штучні –

це слова, спеціально створені для використання як ТМ для товарів і послуг: ШЕГЕЛЕН, КУБОНІТ, ЕЛКА, НЕОРАС, МОМО.

Словесні ТМ реєструють як у звичайному *шрифтовому виконанні*, так і в *спеціальному графічному*, яке надає їм оригінальності (рис.1, а).

Зображувальні ТМ для товарів і послуг являють собою різні конкретні та абстрактні зображення предметів, тварин, птахів, людей, складних ліній і фігур, орнаменти, художньо виконані шрифтові елементи, а також різні композиції цих елементів (рис. 1, б).

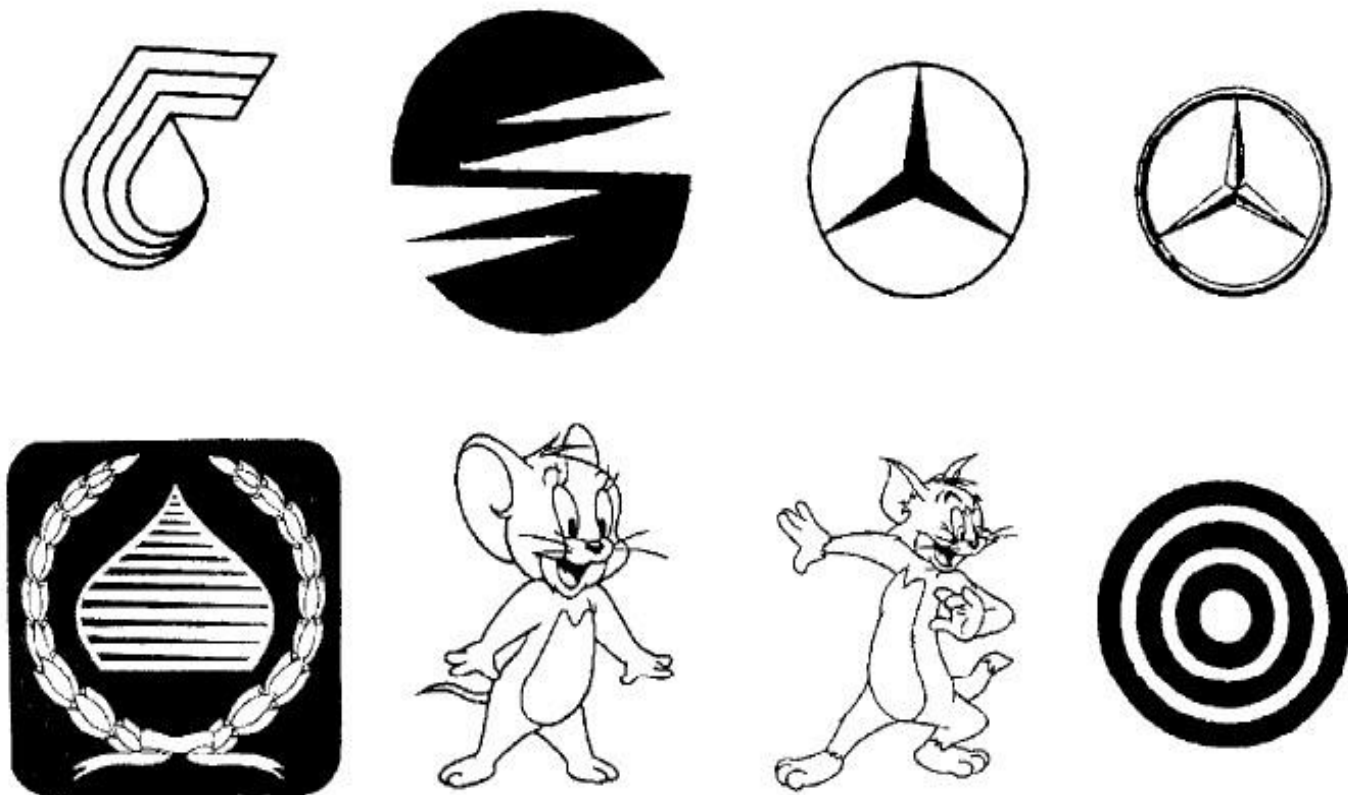
Розроблюючи *зображувальні ТМ*, найчастіше беруть до уваги характеристику товару, підприємства або послуг, для яких створюють ТМ, і виражають її, якщо це можливо, зображенням чого-небудь типового або конкретного.

Coca-Cola

GRANTIA 1+1 AutoExpres

Ulycmob EBP OIMIA

a



б

Рис. 1. ТМ для товарів і послуг: а – словесні; б – зображувальні

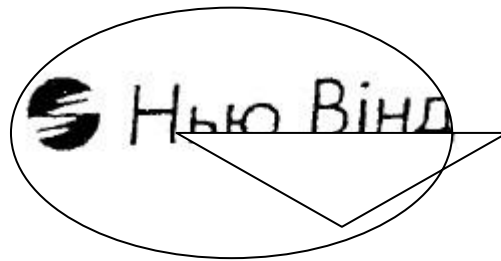
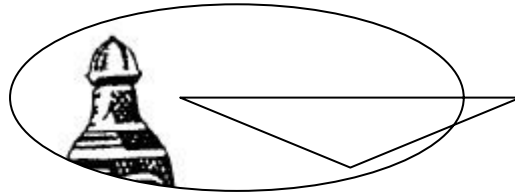


Рис. 2. ТМ для товарів і послуг: а – *об'ємні*; б – *комбіновані* У світі як ТМ для товарів і послуг використовують такі види й категорії позначень:

- слова (ця категорія включає найменування підприємств, прізвища, імена, географічні назви та будь-які інші слова або набори слів (довільні чи ні), а також рекламні гасла);
- літери й цифри (прикладами є одна чи кілька літер, одна або кілька цифр чи будь-яке їх сполучення);
- зображення (ця категорія включає різні зображення, рисунки й символи, а також плоскі зображення товарів чи пакування);
- просторові (об'ємні) позначення (типовою категорією просторових позначень є форма виробів або їх пакування);
- **комбінація будь-яких елементів** з наведених вище, включаючи логотипи та етикетки;
- кольорові ТМ (ця категорія включає слова, зображення і будь-які їх комбінації в кольоровому виконанні, а також сполучення кольорів і колір сам по собі);
- слухові позначення (**звукові ТМ**; можна виділити дві типові категорії звукових ТМ, а саме ті, які можна перекласти на музичні ноти або інші символи, та інші (наприклад, крик тварин));



- нюхові ТМ (*пахучі знаки*; **наприклад**, якась особа виготовляє свій товар (**наприклад**, друкарський папір) з певним ароматом і споживач звикає до розпізнання товарів за їх запахом). Якщо стосовно такого позначення немає передбачених законодавством підстав для відмови в реєстрації, то позначення у вигляді запаху може бути зареєстровано як ТМ. Звичайно, це відноситься скоріше до екзотики і не може знайти широкого застосування в силу обмеженості сприйняття такого позначення і можливості його відтворення разом з товарами;

Комбіновані



інші (невидимі) позначення (прикладми їх є позначення, що розпізнаються на дотик).

Більшість юридичних і фізичних осіб надзвичайно серйозно ставляться до розроблення ТМ для своєї продукції. Робота над ТМ може тривати не один рік, розглядають десятки й сотні варіантів, а після остаточного вибору в рекламу ТМ вкладають значні кошти.

Вартість ТМ іноді перевищує вартість усього майна фірми (*наприклад*, вартість товарного знака «Coca-Cola», яке належить компанії «The Coca-Cola Company» (США), 2000 р. становила *72,5 млрд доларів США, Microsoft (США) – 70,2 млрд \$, IBM (США) – 53,2 млрд \$, Mercedes (Німеччина) – 21,1 млрд \$, Sony (Японія) – 16,4 млрд \$, Xerox (США) – 9,7 млрд \$* і т.д.) («Патенты и лицензии», № 9, 2001 р., С.11–12).

Тому ТМ ретельно охороняється його власником. Часто для запобігання його присвоєння третіми особами поряд з ТМ присутнє попереджувальне маркування: **латинська літера R** (від англ. registered) у колі (®) – для зареєстрованих ТМ і літери ТМ (від англ. trade mark) – для ТМ, що очікують реєстрації.

Іноді власник зареєстрованої ТМ може повідомляти про це словами: «*Зареєстровано в Патентному відомості (назва держави)*», наприклад, «Registered in US Patent Office», або у скороченому варіанті – «Reg. US Pat. Off.».

Саме попереджувальне маркування у світовій практиці є одним з основних доказів того, що ТМ для товарів і послуг була відомою і той, хто без відповідного дозволу її використовує, незважаючи на попереджувальне маркування, є свідомим порушником.

У більшості же держав (у тому числі і в Україні) як попереджувальне маркування для зареєстрованої ТМ для товарів і послуг застосовують позначення ®, яке проставляють поруч із ТМ для товарів і послуг.

Отримання прав на ТМ для товарів і послуг здійснюється відповідно до чинного законодавства. Однак, терміни розгляду заявок на видачу свідоцтва на відповідну ТМ часто складають декілька років, що іноді навіть перевищує терміни існування самого суб'єкта господарювання (фізичної чи юридичної особи).

Беручи до уваги таку ситуацію, доцільно після подання заявки на реєстрацію ТМ та отримання рішення про встановлення дати подачі заявки використовувати ТМ з попереджувальним маркуванням, а після опублікування в офіційному бюлетені (в Україні це «Промислова власність») відомостей про видачу **свідоцтва на ТМ**, змінити на ®. Таким чином, попереджувальне маркування має на меті попередити потенційних порушників про те, що після державної реєстрації (її здійснюють одночасно з опублікуванням відомостей про видачу свідоцтва на знак) власник ТМ набуде права, передбачені законодавством, і він зможе притягти до відповідальності всіх, хто порушував його права, починаючи від дати подання заявки на отримання свідоцтва.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку

Право інтелектуальної власності на торговельну марку регулюється Главою 44 (ст.ст. 492–500) ЦК України. Відповідно до ст. 420 ЦК України, знаки для товарів і послуг визначено як торговельні марки.

Згідно із ст. 492 ЦК України ТМ може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами.

Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів.

В Україні правова охорона ТМ здійснюється Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15 грудня 1993 року. Даний закон визначає ТМ для товарів і послуг як позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

ТМ допомагає відрізнити товар одного підприємства від такого самого товару іншого підприємства. Це дає можливість споживачеві швидко та легко обрати потрібний товар, знайти саме той, який йому подобається за якісними чи іншими характеристиками. Закон

встановлює умови, яким має відповідати позначення, що заявляється для реєстрації як знак для товарів і послуг, та за яких останньому надається правова охорона.

Отже, правова охорона надається ТМ, що не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та на яку не поширюються підстави для відмови в наданні правової охорони, встановлені законом.

Крім того, в законодавстві чітко визначені види позначень, які не можуть бути визнані як ТМ для товарів і послуг і відповідно не можуть отримати правової охорони. Такі позначення умовно можна поділити на *чотири групи*.

• До *першої групи* відносяться:

- позначення, які зображують або імітують державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми);
- офіційні назви держав;
- емблеми, скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій;
- офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки;

- нагороди та інші відзнаки. При згоді відповідного компетентного органу або власників позначень вони можуть бути включені до ТМ як елементи, що не охороняються.

• До *другої групи* відносяться позначення, які не відповідають вимогам законодавства, а саме:

– не мають розрізняльної здатності та не набули такої в наслідок їх використання;

– складаються лише з позначень, що є загальноновживаними як позначення товарів і послуг певного виду;

– складаються лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні щодо зазначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, зокрема вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг;

– є оманливими або такими, що можуть ввести в оману щодо товару, послуги або особи, яка виробляє товар або надає послугу;

– складаються лише з позначень, що є загальноновживаними символами і термінами;

- відображають лише форму, що обумовлена природним станом товару чи необхідністю отримання технічного результату, або яка надає товарові істотні цінності.
- До *третьої групи* позначень закон відносить такі, що є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати з:
 - ТМ, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг;
 - ТМ інших осіб, якщо ці ТМ охороняються без реєстрації на підставі міжнародних договорів, учасником яких є Україна, зокрема ТМ, визнаними добре відомими відповідно до статті 6 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності;
 - фірмовими найменуваннями, що відомі в Україні і належать іншим особам, які одержали право на них до дати подання до центрального органу виконавчої влади (далі - ЦОВВ) з питань правової охорони інтелектуальної власності заявки щодо таких же або споріднених з ними товарів і послуг;

- кваліфікованими зазначеннями походження товарів (у тому числі спиртів та алкогольних напоїв), що охороняються відповідно до ЗУ «Про охорону прав на зазначення походження товарів» (такі позначення можуть бути лише елементами, що не охороняються, ТМ осіб, які мають право користуватися вказаними зазначеннями);
 - знаками відповідності (сертифікаційними ТМ), зареєстрованими у встановленому порядку.
- До *четвертої групи* відносяться позначення, які відтворюють:
 - промислові зразки, права на які належать в Україні іншим особам;
 - назви відомих в Україні творів науки, літератури і мистецтва або цитати і персонажі з них, твори мистецтва та їх фрагменти без згоди власників авторського права або їх правонаступників;
 - прізвища, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети і факсиміле відомих в Україні осіб без їх згоди.

Відповідно до ст. 493 ЦК України суб'єктами права інтелектуальної власності на ТМ є фізичні та юридичні особи. Право інтелектуальної власності на певну ТМ може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам.

Законодавством у сфері регулювання права інтелектуальної власності встановлено, що право власності на ТМ засвідчується *свідоцтвом*.

Підстави для виникнення права на ТМ

Правова охорона ТМ надається на підставі її державної реєстрації.

Зареєстрована ТМ - ТМ, на яку видано свідоцтво або яка має міжнародну реєстрацію, що діє на території України.

Набуття права на ТМ засвідчується свідоцтвом.

Свідоцтво - свідоцтво України на ТМ для товарів і послуг.

Встановлені певні вимоги - умови охороноздатності, яким має задовольняти заявлене позначення. Таким чином, реєстрації позначення як ТМ передуює подача заявки та перевірка (експертиза) позначення на відповідність встановленим вимогам.

Заявка - сукупність документів, необхідних для видачі свідоцтва.

Заявник - особа, яка подала заявку чи набула прав заявника в іншому встановленому Законом порядку.

З огляду на призначення ТМ, її власником може бути або юридична особа, або індивідуальний підприємець. На зареєстровану ТМ видається свідоцтво, яке засвідчує пріоритет ТМ і виняткове право на ТМ щодо товарів, зазначених у свідоцтві.

Пріоритет заявки (пріоритет) - першість у поданні заявки.

Дата пріоритету - дата подання заявки до Установи чи до відповідного органу держави - учасниці Паризької конвенції про охорону промислової власності, за якою заявлено пріоритет. (Установа - ЦОВВ, що реалізує державну політику у сфері інтелектуальної власності).

Строк дії свідоцтва становить 10 років від дати подання заявки до Установи і продовжується Установою за клопотанням власника свідоцтва щоразу на 10 років, за умови сплати збору в порядку, встановленому [пунктом 2](#) статті 18 цього Закону.

Порядок продовження строку дії свідоцтва встановлюється ЦОВВ, що забезпечує формування державної політики у сфері інтелектуальної власності.

Майнові права інтелектуальної власності на ТМ

Майновими правами інтелектуальної власності на ТМ (для товарів і послуг) є:

- 1) право на використання ТМ,
- 2) виключне право перешкоджати неправомірному використанню ТМ, в тому числі забороняти таке використання,
- 3) інші права інтелектуальної власності, встановлені законом (ст. 495 ЦК України).

Майнові права інтелектуальної власності на ТМ є чинними протягом 10 років з дати, наступної за датою подання заявки на ТМ в установленому законом порядку, якщо інше

не встановлено законом. Цей строк може бути продовженим щоразу на 10 років у порядку, встановленому законом (ст. 496 ЦК України).

Законодавством у сфері регулювання права інтелектуальної власності визначені способи використання ТМ для товарів і послуг.

Це може бути:

- нанесення її на будь-який товар, для якого зареєстровано ТМ, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет;
- зберігання товару із зазначеним нанесенням ТМ з метою: пропонування для продажу; пропонування його для продажу; продаж;
- імпорт (ввезення) та експорт (вивезення) товару із зазначеним нанесенням ТМ;
- застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої ТМ зареєстровано;
- застосування ТМ в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет.

Використання ТМ, свідоцтво на яку належить кільком особам, визначається угодою між ними. У разі відсутності такої угоди кожний власник свідоцтва має право використовувати ТМ на свій розсуд.

Але жоден з них не має права давати дозвіл на використання ТМ та передавати право власності на ТМ іншій особі без згоди решти власників свідоцтва.

Свідоцтво надає виключне право його власнику забороняти іншим особам використовувати без його згоди:

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

– позначення, схоже із зареєстрованою ТМ, стосовно товарів і послуг, споріднених з наведеними у свідоцтві, якщо внаслідок такого використання можна ввести в оману щодо особи, яка виробляє товари чи надає послуги, або ці позначення і ТМ можна сплутати етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет; • зберігання товару із зазначеним нанесенням ТМ з метою пропонування:

- для продажу;

- пропонування його для продажу;

- продаж;

• імпорт (ввезення) та експорт (вивезення) товару із зазначеним нанесенням ТМ; •

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

• застосування її в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет.

Власник свідоцтва має право проставляти поряд із ТМ попереджувальне маркування, що вказує на те, що вона зареєстрована в Україні.

Припинення та визнання недійсним права інтелектуальної власності на торговельну марку

Дія ***свідоцтва*** на право інтелектуальної власності на ТМ може бути припинена або свідоцтво може бути визнане недійсним у встановлених законом випадках.

Власник свідоцтва в будь-який час може відмовитися від нього повністю або частково на підставі заяви, поданої до ЦОВВ з питань правової охорони інтелектуальної власності.

Відмова набирає чинності від дати публікації відомостей про це в офіційному бюлетені зазначеного органу може бути припинена або свідоцтво може бути визнане недійсним у встановлених законом випадках.

- Свідоцтво припиняє свою дію у разі несплати збору за продовження строку його дії. - Дія свідоцтва припиняється з першого дня періоду строку дії свідоцтва, за який не сплачено збір.
- Дія свідоцтва може бути припинена за рішенням суду.

У випадку невикористання ТМ в Україні повністю або щодо частини зазначених у свідоцтві товарів і послуг протягом *трьох років від дати публікації відомостей про видачу свідоцтва* або від іншої дати після цієї публікації, будь-яка особа має право звернутися до суду із заявою про дострокове припинення дії свідоцтва повністю або частково. Це можливо лише за умови, що власник не зазначить поважні причини такого невикористання.

Свідоцтво може бути визнано недійсним повністю або частково у судовому порядку у разі:

- невідповідності зареєстрованої ТМ умовам надання правової охорони;
- наявності у свідоцтві елементів зображення ТМ та переліку товарів і послуг, яких не було у поданій заявці;
- видачі свідоцтва внаслідок подання заявки з порушенням прав інших осіб.

Захист права інтелектуальної власності на торговельну марку

Обсяг правової охорони ТМ включає в себе *предметну, територіальну та часову сфери чинності прав на ТМ* і встановлюється за загальним правилом на підставі свідоцтва.

Предметна сфера чинності виключних прав визначається переліком товарів і послуг, згрупованих за Міжнародною класифікацією товарів і послуг для реєстрації знаків, щодо яких зареєстрована ТМ. Разом з тим, предметна сфера чинності виключних прав має винятки, спрямовані на охорону прав інших суб'єктів.

Територіальна сфера чинності виключних прав проявляється в тому, що ТМ підлягає правовій охороні тільки в межах кордонів держави, де її було зареєстровано. *Часова сфера чинності виключних прав* охоплює собою строк існування виключних прав на ТМ, який визначається державою (ст. 496 ЦК України) або ж міжнародними договорами (ст. 6 Мадридської угоди про міжнародну реєстрацію ТМ).

Виключне право на ТМ

Власнику ТМ належить виключне право, суть якого полягає в тому, що ніхто не має право використовувати ТМ або схожою з нею до ступеня змішання позначення без дозволу його власника (власника прав).

При цьому під використанням розуміється розміщення такого позначення на товарах, етикетках, упаковках, застосування при виконанні робіт, наданні послуг, на документації до товарів, в пропозиціях до продажу товарів, в мережі Інтернет.

Важливо пам'ятати, що виключне право поширюються на використання ТМ тільки щодо товарів, для індивідуалізації яких вона зареєстрована.

Міжнародна класифікація товарів і послуг (МКТП)

Оскільки встановлений жорсткий зв'язок права на ТМ з товарами (послугами), для яких вона зареєстрована, отже, вказівка товарів і послуг, що застосовується при реєстрації ТМ,

має бути однаковою. В іншому випадку зіставлення неможливі як при встановленні охороноздатності ТМ при її реєстрації, так і при встановленні факту використання ТМ.

Для вирішення цієї проблеми розроблена і застосовується Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації ТМ (МКТП). Текст МКТП-11 можна отримати на сайті (<https://www.msp-patent.com.ua/services/mktu>).

Всі товари і послуги розділені на 45 класів, з яких класи з 1 по 34 призначені для товарів, а з 35 по 45 - для послуг. Назви класу відображає видову назву товарів або послуг, віднесених до даного класу, *наприклад:*

Клас 12 Средства транспортные; аппараты, перемещающиеся по земле, воде и воздуху.

Клас 38 Услуги телекоммуникационные.

Безпосередньо переліку товарів або послуг, віднесених до класу, передують так звані "Пояснення", в яких дається характеристика відповідних товарів або послуг. Причому "Пояснення" включає як пряму вказівку, що відноситься до даного класу, так і невиражене в негативній формі - що не відноситься до даного класу. Дані "Пояснення" надзвичайно

важливі для правильного віднесення тих чи інших товарів або послуг до відповідного класу.

Перелік товарів або послуг в МКТП представлений в алфавітному порядку на трьох мовах: англійській, російській, французькій.

Охороноздатність ТМ

Законом встановлено перелік підстав для відмови в державній реєстрації позначення як ТМ.

Однією із основних вимог, що пред'являються до позначення, є розпізнавальна здатність, в іншому випадку ТМ просто не зможе виконувати свою функцію. ***Дія свідоцтва*** припиняється достроково за умов, викладених у статті 18 Закону. ***Набуття права на ТМ***, що має міжнародну реєстрацію або визнана добре відомою в Україні, не вимагає засвідчення свідоцтвом.

Підстави для відмови в наданні правової охорони вказані у ст.6 Закону.

Цілий ряд підстав для відмовивши в реєстрації ТМ пов'язаний з неможливістю надання виняткових прав, коли це призводить до зіткнень прав, наприклад, на інші раніше зареєстровані ТМ, загальновідомі ТМ, фірмові найменування, промислові зразки, твори літератури, мистецтва та ін.

Наприклад, не можуть бути зареєстровані як ТМ позначення, тотожні або подібні до ступеня зміщення з ТМ інших осіб:

- заявленими на реєстрацію з більш раннім пріоритетом;
- охоронюваними в Україні або визнаними загальновідомими в країні.

Ця вимога стосується тільки позначень або ТМ щодо однорідних товарів.

Знак охорони поміщається поруч з ТМ і вказує, що дане позначення охороняється законом.