

**Львівський національний університет
імені Івана Франка
Кафедра інтелектуальної власності, інформаційного та
корпоративного права**

**Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності
Національної академії правових наук України**



**ЗБІРНИК
МАТЕРІАЛІВ ШОСТОЇ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО – ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«Актуальні проблеми інтелектуального,
інформаційного, ІТ та Інтернет права»
(м. Львів, 29 вересня 2022 року)**

Львів – 2022

УДК 347.77 + 347.78

ББК 67.9(4УКР)304.3

Відповідальні за випуск:

проф. Олександра Яворська,

доц. Леонід Тарасенко

Актуальні проблеми інтелектуального, інформаційного, ІТ та Інтернет права: матеріали Шостої всеукраїнської науково – практичної конференції (Львів, 29 вересня 2022 р.). – Львів: Юрид. ф–т Львів. нац. ун–ту ім. І. Франка, 2022. – 314 с.

У матеріалах Збірника представлені результати науково – практичних досліджень науковців провідних вищих навчальних закладів України та практичних працівників з основних проблем права інтелектуальної власності, інформаційного ІТ та Інтернет права.

Видання адресоване науковим співробітникам, викладачам юридичних факультетів та вищих юридичних навчальних закладів, аспірантам, здобувачам, студентам, а також працівникам суду, патентним повіреним, адвокатам, іншим практикуючим юристам та усім небайдужим до досягнення нових знань у сфері інтелектуального, інформаційного, ІТ та Інтернет права.

Матеріали (тези доповідей) подаються у авторській редакції. Упорядники матеріалів не несуть відповідальності за порушення авторами вимог законодавства про авторське право.

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2022.

© Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності НАПрН України, 2022.

ЗМІСТ

Адубецький А.В. ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ НА КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ	7
Андрощук Г.О. ПРАВО ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ ПОЛЬЩІ: ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ НОВОГО ЗАКОНОПРОЕКТУ	11
Батько І.І. УМОВИ НАДАННЯ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ ПРОМИСЛОВОМУ ЗРАЗКУ	20
Білан П.В. МЕЖІ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА РОЗМІЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ.....	25
Бутнік-Сіверський О.Б. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	30
Васьківська С.О. СУЧАСНА ВІЙНА: РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ	36
Гаврильців М.Т. КОНСТИТУЦІЙНІ ГАРАНТІЇ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ.....	42
Гладьо Ю.О. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО ВЛАСНОРУЧНОГО ПІДПISУ.....	48
Глотов С.О. ЩОДО НЕДОЛІКІВ ПРИЙНЯТОГО ЗА ОСНОВУ ПРОЕКТУ ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО АВТОРСЬКЕ ПРАВО І СУМІЖНІ ПРАВА» №5552-1	55
Горська К.О., Дорожко Г.К. АВТОРСЬКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ НЕВЗАЄМОЗАМІННИХ ТОКЕНІВ (NFT) В МЕДІА.....	60
Гринчак І. В. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД БОРОТЬБИ З ПОРУШЕННЯМИ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА ТА СУМІЖНИХ ПРАВ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В США ТА КРАЇНАХ ЄС	65
Грозян О.О. ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЗАХИСТУ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	70
Гуржій А.В., Зеленіна Ю.Г. ДОМЕННІ СПОРИ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ ТА АЛЬТЕРНАТИВНІ СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	76
Гуржій А.В., Івасенко К.І. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	81
Гуржій А.В., Цівка В.Н. ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	86

Дорошенко О.Ф., Тверезенко О.О. ДОДАТКОВА ОХОРОНА ПРАВ НА ВИНАХОДИ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ.....	94
Дюкарева-Бержаніна К.Ю., Шпуганич І.І. ОБ'ЄКТИ ПРАВА СЛІДУВАННЯ	99
Еннан Р.Є. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ В ЄС: ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ	102
Єсімов С. С. ПРО ОБ'ЄКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	110
Жихарев О.С. СУДОВІ ЕКСПЕРТИЗИ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ, ЯКІ ВИРІШУЮТЬ ПИТАННЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИНАХОДУ (КОРИСНОЇ МОДЕЛІ) УМОВІ ПАТЕНТОЗДАТНОСТІ «ПРОМИСЛОВА ПРИДАТНІСТЬ».....	116
Кметик-Подубінська Х.І. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ.....	122
Кондик Д.П. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК У МЕТАВСЕСВІТІ: РЕАЛЬНІСТЬ, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	126
Корогод Н.П., Швець Є.С. ОХОРОНА ПРАВ НА ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ЯК ПРОТИДІЯ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ.....	129
Коросташова І.М. МИТНІ ФОРМАЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ЗАСТОСУВАННЯ МИТНИМИ ОРГАНАМИ ЗАХОДУ СПРИЯННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ – ПРИЗУПИНЕННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ НА ПІДСТАВІ ДАНИХ МИТНОГО РЕЄСТРУ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	135
Kashyntseva O.Y. UKRAINE AND THE MEMBERSHIP IN NATO: INTELLECTUAL PROPERTY ISSUES	141
Кірін Р.С., Слаута А.А., Хоменко В.Л. АНАЛІЗ ПЕРШОПРИЧИН ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ «П'ЯТЬ ЧОМУ» В ПРОЦЕСІ ТЕХНІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ.....	144
Костенко М.А., Логінова М.В. ОСОБЛИВОСТІ СПАДКУВАННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ	151
Костилева Ю.В., Костилева І.В. ДОМЕННІ ІМЕНА: МІСЦЕ У ЗАКОНОДАВСТВІ ТА СУДОВА ПРАКТИКА ЩОДО ВИРІШЕННЯ СПОРІВ	154
Кулініч О.О. ІНТЕГРАЦІЯ ОСНОВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ДО НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМ ЗАКЛАДІВ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.....	159

Корогод Н.П.

професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій кандидат педагогічних наук, професор

Швець Є.С.

старший викладач кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Українського державного університету науки і технологій

ОХОРОНА ПРАВ НА ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ЯК ПРОТИДІЯ НЕДОБРОСОВІСНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ

У даний час усе більшої популярності набувають інтернет-магазини, що продають товари та/або надають послуги у мережі Інтернет – інформаційному просторі, де є можливість здійснювати різні правочини, у тому числі й комерційні. Учасники цих правочинів створюють веб-сайти або рекламні сторінки в мережі Інтернет, де основну роль відіграють саме торговельні марки – позначення, яке вирізняє товари та послуги одних осіб серед таких самих або споріднених з ними товарів і послуг інших осіб [1].

Споживач може і не знати комерційне позначення суб'єкта підприємницької діяльності, але він точно знає, що замовив на сайті продукцію або послугу, яка має відому торговельну марку (бренд).

Торговельна марка виконує рекламну (просування товарів та/або послуг на ринку) та інші функції:

- індивідуалізації (відмінна), яка дозволяє вирізнити товари та/або послуги одних виробників від однорідних товарів та/або послуг інших виробників, що полегшує вибір для споживачів;

- інформаційна, яка вказує на виробника товару та/або надавача послуги;

- гарантійна, яка вказує на якість продукції та/або послуги.

Слід дотримуватися певного компромісу між рівнем задоволення і ціною споживання, яка повинна відповідати цьому рівню, тобто бути справедливою, насамперед, з точки зору споживачів.

Конкуренентоспроможність продукції є одним з головних чинників, який визначає успіх ринкової діяльності товаровиробників (рисунок 1).

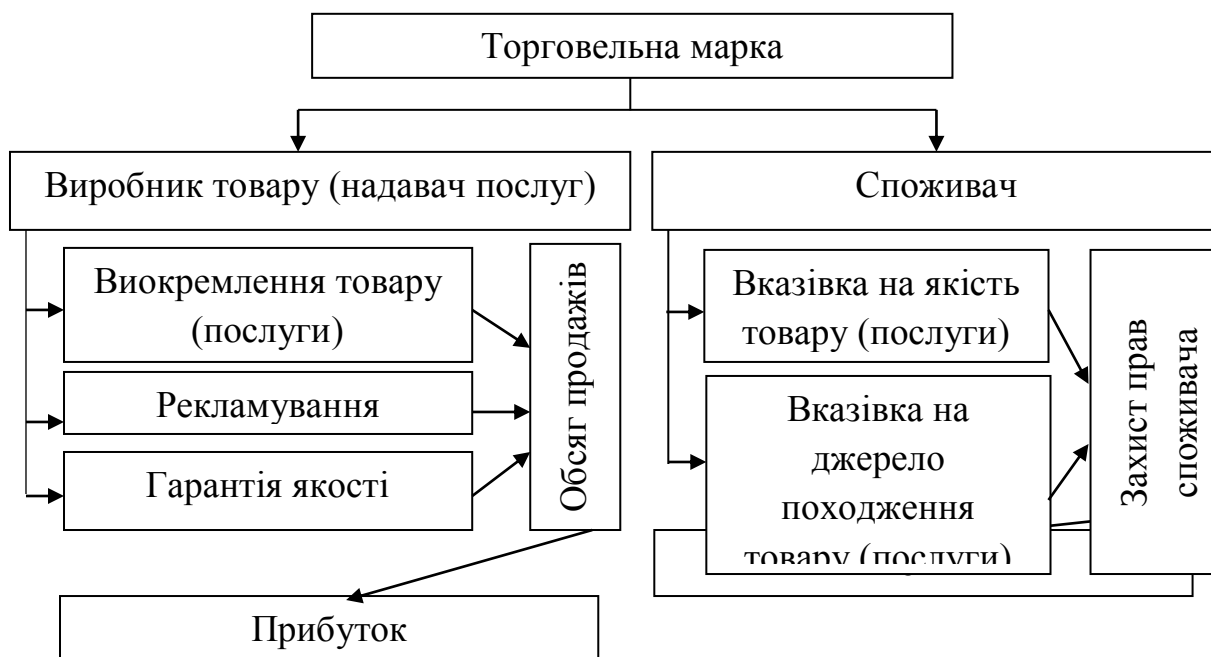


Рисунок 1 – Вплив торговельної марки на виробника товару (надавача послуги) та споживача товару (послуги) в мережі Інтернет

З використанням в цифровому середовищі торговельної марки компанія (фірма, організація, підприємство) має наступні переваги: полегшується ідентифікація продукції у мережі Інтернет; гарантується, що товар або послуга мають визначений рівень якості; зменшується порівняння за цінами аналогічних товарів; оскільки споживачі усвідомлюють відмінність торговельних марок у мережі Інтернет; збільшується престиж (імідж) продукції; у споживачів складається враження, що вони менше ризикують, купуючи даний товар в мережі Інтернет; відомість торговельної марки впливає на збільшення каналів збуту; легше переходити до випуску нових категорій товарів, які будуть мати конкурентоспроможність [2].

Об'єктом торговельної марки може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, у тому числі власні імена, літери,

цифри, зображувальні елементи, кольори, форма товарів або їх пакування, звуки, за умови що такі позначення придатні для відрізнення товарів або послуг одних осіб від товарів або послуг інших осіб, придатні для відображення їх у Реєстрі таким чином, що дає змогу визначити чіткий і точний обсяг правової охорони, що надається [1].

Таким чином, зображення, які використовуються у якості торговельних марок включають рисунки й символи, а також плоскі зображення товарів чи пакування; просторові (об'ємні) позначення включають типові категорії просторових позначень – форму виробів або їх пакування, комбінація будь-яких елементів, включаючи логотипи та етикетки; кольорові знаки включають слова, зображення і будь-які їх комбінації в кольоровому виконанні, а також сполучення кольорів і сам колір; слухові (звукові знаки) та нюхові (споживач звикає до розпізнання товарів за їх запахом) позначення; інші (невидимі) позначення (позначення, що розпізнаються на дотик).

Можливість реєстрації торговельних марок, які не мають візуального позначення (звукові, нюхові, смакові), а також голографічні знаки, рухові та позиційні знаки передбачає Сінгапурський договір про право товарних знаків від 27 березня 2006 року [3] (ратифікований Законом України від 15 квітня 2009 р.).

Для реєстрація звукових, нюхових та смакових товарних знаків необхідне не тільки належне правове регулювання процесу реєстрації, але й створення відповідних технічних можливостей. Правилами складання, подання та розгляду заявки на видачу свідоцтва України на знак для товарів та послуг передбачається можливість реєстрації нетрадиційних торговельних марок, проте такі марки реєструються за наявності технічної можливості внесення їх до реєстру та оприлюднення інформації стосовно їх реєстрації [4].

Словесні знаки реєструють як у звичайному шрифтовому виконанні, так і в спеціальному графічному, яке надає їм оригінальності.

Відповідно до статті 6 Закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» не можуть одержати правову охорону позначення, які зображують або імітують: державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми); офіційні повні або скорочені назви держав чи міжнародні літерні коди держав; офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки; нагороди та інші відзнаки. Такі позначення можуть бути включені до торговельної марки як елементи, що не охороняються, якщо на це є згода відповідного компетентного органу або їх власників.

У світі як торговельні марки використовують види й категорії позначень, зазначені на рисунку 2.



Рисунок 2 – Види й категорії позначень, які використовуються як торговельні марки

Згідно Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» правова охорона надається позначенню, яке не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі, а також даний законодавчий акт містить низьку умов, за яких позначення не можуть одержати правову охорону як торговельні марки.

Права на торговельну марку засвідчуються свідоцтвом. Обсяг правової охорони торговельної марки визначається наведеними у свідоцтві її зображенням та переліком товарів і послуг.

Заявка подається до Укрпатенту особою, яка бажає одержати свідоцтво, безпосередньо або надсилається поштою на його

адресу. Вимоги до заявки встановлені статтею 7 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» виданими центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері інтелектуальної власності [1].

За результатами експертизи заявки на реєстрацію торговельної марки приймається рішення про її реєстрацію, в офіційному бюлетені здійснюється публікація відомостей про видачу свідоцтва та здійснюється державна реєстрація торговельної марки у Реєстрі.

Згідно ст. 495 ЦК України власник свідоцтва на торговельну марку набуває право на використання торговельної марки, виключне право дозволяти використання торговельної марки, виключне право перешкоджати неправомірному використанню торговельної марки, в тому числі забороняти таке використання та інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законодавством [4]. Права на торговельну марку в Україні засвідчуються свідоцтвом, яке діє 10 років з дати подання заявки та може бути подовжено ще на 10 років за клопотанням заявника безмежну кількість разів.

Визнання торговельної марки добре відомою є ефективним інструментом для її охорони. Дана процедура реалізується шляхом звернення із відповідною заявою до Апеляційної палати Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України або до суду.

При визнанні торговельної марки добре відомою, правова охорона поширюється як на заявлені товари та/або послуги, так і на всі інші товари та/або послуги, які не є однорідними із тими, для яких марка визнана добре відомою. У цій ситуації порушенням є, якщо інша особа використовує марку для будь-яких товарів чи послуг, якщо це вказує на їх зв'язок із добре відомою та може завдати шкоду власнику. Торгова марка охороняється з моменту визнання її добре відомою судом або Апеляційною палатою станом на ту дату, яку зазначено в заявці чи позові [5]. Рішення Апеляційної палати щодо визнання

торговельної марки добре відомою в Україні може бути оскаржено у судовому порядку.

Охорона прав на добре відому торговельну марку здійснюється згідно із статтею 6 bis Паризької конвенції, Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» та Наказом Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Порядку визнання знака добре відомим в Україні Апеляційною палатою Державного департаменту інтелектуальної власності».

У разі успішності і популярності певного перспективного бізнесу, незареєстрована торговельна марка може стати об'єктом порушень. Такі дії в українському законодавстві отримали назву неправомірного використання позначень (недобросовісна конкуренція), у західних джерелах, а віднедавна й у вітчизняних наукових розвідках, описують поняттям «паразитичний маркетинг» [6]. Маловідомі компанії можуть спрямовувати свої дії на імітацію (підробку) дизайну товару, логотипу компанії, її найменування, а також назви конкретного бренду тощо. Більш того, доволі часто недобросовісними конкурентами запозичуються й окремі елементи рекламного образу компанії або продукту.

Добре відома торговельна марка в мережі Інтернет – основа успішного бізнесу та отримання додаткового прибутку – продаж або надання у користування за договором, відсутність реклами і так вже відомих товару та/або послуги, можливість реєстрації домену в зоні UA тощо. Саме тому охорона торговельної марки та визнання її брендом є важливими кроками у діяльності будь-якої компанії, яка працює в мережі Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Матеріали сайту Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності». URL: <https://ukrpatent.org/uk/articles/signs>. Дата звернення 22.09.2022 р.

2. Турченко М. О., Швець М. Д.. Маркетинг: підручник. Київ: Знання, 2011. 318 с.

3. Сінгапурський договір про право товарних знаків від 27.03.2006. Офіційний вісник України. 2009. № 32. С. 13.

4. ІТ право / за заг. ред. проф. О. С. Яворської. Львів: Видавництво «Левада», 2017. 470 с.

5. Визнання ТМ добре відомою / Матеріали сайту «IPStyle». URL: https://ipstyle.ua/ua/services/trademarks/tm_common/ Дата звернення 20.09.2022 р.

6. Степаненко С. Управління торговельними марками: боротьба з паразитизмом / Матеріали Журналу «ЄВРОПЕЙСЬКА ЕКОНОМІКА», Том 13, № 1, Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет, 2014. С. 80-93. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/13149/1> Дата звернення 21.09.2022 р.

Коросташова І.М.

кандидат юридичних наук,

Навчально-науковий інститут права та

міжнародно-правових відносин

Університету митної справи та фінансів

МИТНІ ФОРМАЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ЗАСТОСУВАННЯ МИТНИМИ ОРГАНАМИ ЗАХОДУ СПРИЯННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ - ПРИЗУПИНЕННЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТОВАРІВ НА ПІДСТАВІ ДАНИХ МИТНОГО РЕЄСТРУ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Згідно зі ст.41 Конституції України, кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності (ч.1.) Ніхто не може бути протиправно позбавлений права власності (ч.4) [1].

На виконання норм Конституції України та міжнародних договорів, що покликані охороняти й захищати права інтелектуальної власності, в країнах, що приєдналися до таких угод, зокрема до Угоди про торговельні аспекти інтелектуальної власності (далі – TRIPS), що адмініструється Світовою організацією торгівлі, в кожній країні створюється система охорони і захисту прав інтелектуальної власності. Засобами захисту прав інтелектуальної власності, які мають