

К.П.Трофимчук оскаржувала своє звільнення у судовому порядку, але Рівненській міській суд залишив її позов без задоволення. Рівненський обласний суд скасував це рішення, направивши справу на повторний розгляд, але і у другий раз Рівненський міський суд виніс таке саме рішення, як і у перший раз. Друге рішення Рівненського міського суду не було скасовано або змінено ані за наслідками апеляційного, ані касаційного оскарження.

Проблема, яку *de facto* вирішив ЄСПЧ, полягала у тому, чи була заявниця була дійсно звільнена за ті дії, які адміністрація розцінила як порушення трудової дисципліни, чи заявниця отримала дві догани протягом менше ніж 1 календарний місяць, за активне відстоювання свого права на отримання заробітної плати за власний труд.

ЄСПЧ не знайшов фактів на користь того, що заявниці заважали у реалізації свободи об'єднань (створювати профспілку, брати участь у роботі вже існуючої профспілки). Що ж до порушення права на свободу мирних зібрань, то ЄСПЧ знайшов факти втручання у реалізацію заявницею цього права. Але, на його думку, мав місце не пікет, а страйк (це впливає вже із частини другої Рішення під назвою «Національне законодавство та практика»). І у справі не було достатньо фактів та доказів, щоб «продемонструвати, що заявниця зробила все можливе для реалізації своєї свободи на мирні зібрання з належною повагою до прав та інтересів її роботодавця» [4]. У зв'язку з цим ЄСПЧ зазначив, що не мало місце порушення ст. 11 Конвенції.

Отже, обидва розглянутих рішення мають відношення до практичної реалізації та захисту свободи об'єднань. Рішення у справі Корецький та інший проти України 2008 р. присвячено виключно свободі об'єднань, у той час як у рішенні у справі Трофимчук проти України 2011 р. проблеми реалізації та захисту свободи об'єднання тісно пов'язані зі свободою мирних зібрань.

**Науковий керівник:** д.ю.н., проф. Мішина Н.В.

**Література:**

1. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод 1950 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_004)
2. Про об'єднання громадян: Закон України від 16 червня 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. - № 34. – Ст.504.
3. Рішення у справі Корецький та інший проти України 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lawngo.net/index.php?itemid=123>
4. Рішення у справі Трофимчук проти України 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/sprava-trofimchuk-proti-ukrayini-doc121421.html>

**ДО ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ РЕЄСТРАЦІЇ ПРАВОВИХ  
ЗАСОБІВ ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ**

**Волощенко Ольга Михайлівна**  
*аспірант юридичного факультету*  
*Харківського національного університету*  
*імені В.Н. Каразіна*  
**e-mail:** [voloschenko.olya@mail.ru](mailto:voloschenko.olya@mail.ru)

**Ключові слова:** правові засоби індивідуалізації товарів та послуг, реєстрація правових засобів індивідуалізації товарів та послуг.

В умовах розвитку ринкової економіки України конкуренція є одним із найважливіших важелів господарської діяльності, який здатний забезпечити належну увагу виробників до пошуків якісно-нових шляхів просування власного товару у сфері виробництва та реалізації продукції. Ефективність подальшого функціонування таких шляхів у переважній більшості випадків прямопропорційно залежить від використання торговельної марки, як засобу індивідуалізації, що забезпечує успішність реалізації товарів як кінцевого результату.

На сучасному етапі торговельна марка є невід'ємним елементом бізнесу та економічної успішності власників виробленої продукції. При чому неможливо говорити про успішність окремо від процесу правової регламентації прав на торговельну марку, що є гарантом стабільного функціонування першої на конкурентних засадах.

Так, забезпечення сталого механізму конкурентоздатності продукції, просування її на ринку, захисту від недобросовісної конкуренції та власне, правової охорони напряму залежить від наявності прав на торговельну марку. А отже, процес виникнення такого права є тією необхідною, відправною сходинкою створення та подальшого правомірного функціонування будь-якої торговельної марки.

Останнім часом у структурі складових конкурентоспроможності підприємства все більшого значення набувають нематеріальні фактори. Торговельна марка є одним з таких нематеріальних активів підприємства, що формують конкурентоспроможність підприємства на ринку. [1, с. 267] Завдяки торговельній марці на підприємстві стають відчутними такі ефекти як зростання обсягу продаж, поява якісних характеристик товарів та інше. Тому підхід до реалізації прав на такий правовий засіб індивідуалізації товарів вимагає виваженого та серйозного ставлення. Бо власне, від торговельної марки в більшій мірі і залежить майбутнє будь-якого підприємства, як учасника ринкових відносин.

Реалізація прав на торговельну марку є складним процесом, який складається з кількох послідовних стадій. Де реалізацію права варто розглядати як певну форму поведінки, що має правові обмеження, вихід за які розцінюється як порушення.

Варто зазначити думку Є.Вавіліна на рахунок процесу виникнення суб'єктивного права. Він зазначає: «виникнення права – двоєдиний процес, який включає в себе формування та установлення права.» [2, с. 157] Так, автором виділено дві стадії формування права: об'єктивну та суб'єктивну. Такий дуалізм пояснюється тим, що виникнення права залежить спершу від об'єктивних, таких що незалежать від волі майбутнього правоволодільця обставин та суб'єктивних обставин, тобто таких, що формуються внаслідок внутрішнього сприйняття особою певних подій які здатні сприяти подальшій реалізації такого права.

Такий підхід, на наш погляд, є достатньо об'ємним з точки зору наповненості та поетапності процесу виникнення права на торговельну марку, зокрема. Суб'єкт, який бажає зареєструвати відповідну торговельну марку проходить по суті процес певної адаптації та прицінювання до тих умов, які його оточують (середовища), що є об'єктивно незалежними від нього. Визначає найбільш пріоритетні напрями сфери діяльності (збуту продукції) яка виступатиме тим фактором, що спрямовує на пошук та визначення оптимальних видів продукції та послуг, що матимуть успіх у процесі подальшого просування їх на ринку. Суб'єктивна ж сторона такого процесу має радше, похідний характер, адже розглядається як сукупність внутрішніх факторів сприйняття суб'єктом, що залежать від вищезазначених об'єктивних умов. До таких, стосовно процесу набуття прав на торговельну марку варто віднести: бажання потенційного правоволодільця зареєструвати відповідне позначення у вигляді торговельної марки виходячи із сприятливої атмосфери на ринку збуту продукції, особистісні якості суб'єкта стосовно можливості передбачення подальшого просування товару маркованого вже зареєстрованою торговельною маркою, тощо.

В нашому дослідженні ми дещо розширимо розуміння самої процедури набуття прав на торговельні марки. Адже, це є складний процес, який полягає не тільки у юридичній процедурі, окресленій рамками закону, але й у певній послідовності кроків, спрямованих на

створення якісного дизайну, які передують правовій регламентації вже самих прав на відповідні позначення. Та без яких неможливо перейти до заключного етапу надання правової охорони торговельній марці. Дана позиція обумовлена в першу чергу як потребою практики так і дотримання концепції економіко-правової природи правових засобів індивідуалізації товарів та послуг.

На наш погляд вищезазначене є першим етапом процесу набуття прав на торговельну марку, що полягає у формуванні, власне, об'єкта правової охорони та одночасно підстави набуття виключних прав. Такий етап не містить жодної офіційної процедури та характеризується вчиненням дій "технічного" характеру і одночасно потребує послуг не правового, а радше маркетингового характеру. На такому етапі головні вимоги обмежуються наступними: добре сприйняття при читанні, образність і цілісність знаків. [3, с. 170] Для створення такого позначення, яке б відповідало вищезазначеним трьом критеріям необхідний ряд послідовних, добре підготовлених дій, які в сукупності складатимуть стадії даного етапу.

Даний етап надає подальшу стратегію дій процедури регламентації прав на торговельну марку та фактичне уявлення стосовно назви майбутнього зареєстрованого позначення, у вигляді торговельної марки. Отже, даний період складається з наступних стадій:

1. визначення споживача, на якого буде орієнтовано товар. Саме споживач виступатиме ключовим пунктом при вирішенні завдання з вибором мови, яка використовуватиметься при створенні відповідної торговельної марки. Якщо власник торговельної марки виявить бажання зареєструвати останню за кордоном, то звичайно пріоритет надаватиметься мові країни-реєстрації;

2. моніторинг інформації та узагальнення отриманих відомостей стосовно можливих варіантів розробки дизайну майбутньої торговельної марки;

3. залучення соціологічного опитування категорій потенційних споживачів (за наявності кількох варіантів для назви товару). Законодавець України не згадує споживача у конструкції права інтелектуальної власності на торговельну марку. У законодавстві України поняття пересічного споживача взагалі відсутнє, однак це не заважає у експертних висновках на предмет можливості введення споживача у оману вказувати, що аналіз подібності позначень товарів, що ними маркуються здійснюється з розрахунку на споживача. [4, с.211]

При створенні відповідного об'єкта правової охорони виникає необхідність набуття прав на правовий засіб індивідуалізації товарів, що спонукає до переходу на новий етап, а саме юридичне оформлення процедури набуття прав на торговельну марку.

У світовому досвіді набуття прав на торговельні марки простежується тенденція до дуалізму підходів визнання законними правоволодіяльцями, осіб які вияляють бажання та мають законні підстави на отримання прав на торговельні марки. Так, ряд країн англо-саксонської системи права (Велика Британія, США) визнає права на торговельну марку з моменту першого використання. І подальша охорона прав на торговельні марки можлива навіть без наявності охоронного документа. Досвід Франції, Росії, навпаки, свідчить про зворотнє: набуття права на торговельну марку відбувається лише після факту реєстрації позначення.

На наш погляд дія системи набуття прав за правилом «першого використання» не виправдовує саму ідею індивідуалізації товарів. Адже, створення неповторного образу позначення не можливо без порівняння з уже існуючими та внесеними до відповідної бази даних, як частини процедури реєстрації правового засобу індивідуалізації. Допускаємо таку такий спосіб визнання прав лише у випадку надання правової охорони добре відомим знакам, які не підлягають реєстрації у іноземних країнах. Однак, в такому разі беруться до уваги дещо інші критерії, а саме: високий рівень впізнанності та відомість позначення. Отже, перевага застосування реєстраційної форми набуття прав на торговельні марки є очевидною.

**Науковий керівник:** д.ю.н., проф. Стефанчук Р.О.

**Література:**

1. Т.С. Мішустіна «Значення торговельної марки в управлінні конкурентоспроможністю підприємства» [Текст] Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2011. № 1 (4)
2. Вавилин Е.В. Осуществление и защита субъективных прав [Текст] /Е.В. Вавилин; Российская акад. наук, Ин-т государства и права. – М.: Волтерс Клувер, 2009.- 360 с.
3. Терещенко В.М. Маркетинг: новые технологии в России. [Текст], 2-е изд.- СПб: Питер, 2004. – 416 с.
4. С.С. Савич Споживач у системі цивільно-правової охорони торговельних марок [Текст] // Часопис Київського університету, 2011, №3 – с. 210-214

**ПРАВОВА ДЕМАГОГІЯ ТА ПРАВОВИЙ ІНФАНТИЛІЗМ ЯК ВИДИ  
ДЕФОРМАЦІЇ ПРАВОСВІДОМОСТІ**

**Волько Анастасія Іванівна**

*студентка V курсу юридичного факультету*

*Чорноморського державного університету*

*імені Петра Могили*

**e-mail:** nastia.volko@gmail.com

**Ключові слова:** зловживання правом, деформація, правова демагогія, правовий інфантилізм, правовий нігілізм.

За сучасних умов розвитку українського суспільства правосвідомість - це насамперед, нове правове мислення, компонент нової правової і загальної культури людини і суспільства, що охоплює майже всю систему уявлень, знань, ідей, оцінок, почуттів людини та окремих соціальних груп про нове право, законодавчі акти, про практику реалізації правових норм, правомірність або протиправність тих чи інших вчинків, рішень тощо. Даною темою дослідження займалися такі вчені, як: С.П. Стеценко, А.А.Малиновський, М.П. Требін, Г.М. Андрєєва, В.О. Тимошенко, Ю.В. Каливноський, В.Н. Кудрявцев та ін.

Деформація правової свідомості - це соціально-правове явище, що характеризується зміною його стану, при якому у носіїв формуються певні ідеї, уявлення, погляди, знання, почуття і настрої, переживання та емоції, які викривлено відображають юридичну дійсність і виражають негативне ставлення до діючого права, законності та правопорядку.

Проблема зловживання правом відома ще з часів римських юристів, які фіксували випадки реалізації суб'єктивного права не заради задоволення законних інтересів уповноваженої особи, а виключно з метою завдання шкоди зобов'язаній особі. Така реалізація права визнавалась не лише недобросовісною, а й злісною. В епоху рецепції римського права ця проблема розглядалася у західноєвропейській, переважно германській юриспруденції, де склалося вчення про злочинне діяння, які здійснює уповноважений суб'єкт. Такими визнавались діяння, які вчиняються не для особистої користі уповноваженої особи і не через необхідність, а переважно заради навмисного завдання шкоди зобов'язаній стороні. У другій половині XIX ст. дослідники проблеми зловживання правом стали надавати особливого значення розумінню соціальної обстановки, за якої приймаються юридичні норми і виникають, змінюються і припиняються правові відносини. Було проаналізовано розходження індивідуальних цілей уповноваженої особи з соціальними цілями, яких прагне досягти законодавець. За таких умов зловживання правом стає проблемою і для теорії права, і для галузевих юридичних наук, і для судової практики. [2, с.181]

**Правова демагогія** - особливий вид соціальної демагогії, що складається у суспільно небезпечному, зовні ефектному впливі окремої особи або різних об'єднань