

ПРОБЛЕМИ РЕЄСТРАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Вартанова А. Е., Савченко Г. М.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У роботі розглянуті деякі питання реєстрації торговельної марки.

При виході на зовнішні ринки для того, щоб користуватися усіма перевагами власника торгової марки, необхідно, насамперед, набути права на цей об'єкт у визначених країнах.

Щоб отримати правову охорону торговельної марки за кордоном, існують три можливості:

- реєстрація торговельної марки в Національному відомстві кожної обраної держави;
- реєстрація єдиної торговельної марки у країнах Європейського Союзу (Європейської спільноти);
- міжнародна реєстрація торговельної марки з використанням Мадридської Системи.

Процедура міжнародної реєстрації торговельної марки за системою Мадридської угоди та Протоколу до неї дозволяє подати єдину заявку до Національного відомства країни походження та запитати охорону у декількох країнах, або подати заявку на єдину торгову марку Євросоюзу. Таким чином, подаючи одну заявку на декілька країн витрати зменшуються. Крім того, при внесенні змін (назва заявника, або адреса листування) та при подовженні строку дії реєстрації торговельної марки сплачується лише один збір, що призводить до значної економії.

Якщо необхідна реєстрація торговельної марки в одній країні, то доцільно здійснювати її за національною процедурою. Наприклад, у Росії українським заявникам простіше здійснити реєстрацію за національною процедурою.

Реєстрація за Мадридською системою має певні ризики, наприклад, висока вірогідність отримання відмови у реєстрації, тому бажано описувати елементи торговельної марки. У Росії, США, Японії вказувати такі елементи обов'язково, а в Німеччині та Австрії – не обов'язково.

Остаточне рішення приймає власник торговельної марки в залежності від цілей і завдань, які він ставить перед собою при виході на зарубіжні ринки.