

УДК 347.772

ДОМЕНИ, ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ТА ІНШІ КОМЕРЦІЙНІ ПОЗНАЧЕННЯ: ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОЇ ОХОРОНИ

Л. Тарасенко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, Львів, Україна, 79000,
e-mail: leonid.tarasenko@lnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-4359-8965*

Проаналізовано особливості правової охорони доменних імен, фірмового стилю, інших комерційних позначень. Досліджено правовий режим вказаних об'єктів правової охорони. Доведено, що чинне національне законодавство чітко не визначає правовий режим доменного імені, фірмового стилю та інших комерційних позначень. Встановлено, що невирішеним є питання, чи можна трактувати доменне ім'я, фірмовий стиль та інші комерційні позначення як окремі об'єкти права інтелектуальної власності. Обґрунтовано, що доменні імена, фірмовий стиль, інші комерційні позначення є новітніми об'єктами правової охорони. Доведено, що доменне ім'я не є самостійним об'єктом інтелектуальної власності, а лише може бути формою використання торговельної марки або іншого засобу індивідуалізації, чи може бути самостійним комерційним або некомерційним позначенням. Обґрунтовано, що права на доменне ім'я залежать від того, які об'єкти цивільних прав відображені у словесному вираженні доменних імен (торговельна марка, комерційне найменування, географічне зазначення, об'єкт авторського права, ім'я фізичної особи тощо). Доведено, що саме від видової належності об'єкта, відображеного у доменному імені, а переважно це об'єкт інтелектуальної власності, визначається обсяг та зміст відповідних прав на домен, у тому числі і на захист цього права. Встановлено, що способами захисту прав на домен можуть бути переделегування доменного імені на ім'я позивача або скасування реєстрації доменного імені. Доведено, що інші комерційні позначення є окремим об'єктом права, який передбачений у ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Обґрунтовано, що «інше комерційне позначення» – це позначення (бренд), яке використовує суб'єкт господарювання без реєстрації прав на нього, наприклад, в якості торговельної марки. Доведено, що «інше позначення» недоречно розглядати як окремий об'єкт інтелектуальної власності, натомість таке позначення може бути предметом захисту як об'єкт авторського права (наприклад, логотип) або як самостійний об'єкт у конкурентних відносинах. Встановлено, що фірмовий стиль («trade dress») недоречно ототожнювати лише з торговельною маркою. Доведено, що фірмовий стиль посилює торговельну марку, «одягає» її, створюючи індивідуальний стиль, наприклад, певного закладу. Обґрунтовано, що недоцільно виділяти фірмовий стиль як окремий об'єкт інтелектуальної власності, оскільки фірмовий стиль – це збірний, складний об'єкт, права на який треба захищати з використанням інших об'єктів інтелектуальної власності, які «наявні» у фірмовому стилі, або є домінуючими у ньому.

Ключові слова: торговельна марка, Укрпатент, Верховний суд, недобросовісна конкуренція, інтелектуальна власність, захист, Інтернет, суд.

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vla.2022.74.058>

Постановка проблеми. У господарській діяльності суб'єкти господарювання традиційно використовують різні засоби індивідуалізації. Насамперед, найпошире-

нішими об'єктами промислової власності, які активно використовуються у сфері підприємництва, є торговельні марки та комерційні найменування. Водночас станом на сьогодні не лише вказані засоби індивідуалізації використовуються у господарській діяльності. Натомість з'являються інші позначення, які також індивідуалізують той чи інший бізнес.

У науковій літературі висловлювалася позиція, що всі комерційні позначення можна умовно поділити на поіменовані (ті, які визначені законом як засоби індивідуалізації товарів, послуг, учасників цивільних відносин) і непоіменовані (ті, які прямо не визначені законом як комерційні позначення) [19, с. 66]. При цьому до поіменованих комерційних позначень доцільно віднести знаки для товарів і послуг (торговельні марки), комерційні найменування і географічні зазначення. До непоіменованих комерційних позначень належать доменні імена, комерційні позначення, які використовуються суб'єктами господарювання без оформлення прав інтелектуальної власності на них і «Trade dress» (фірмовий стиль).

Водночас чинне національне законодавство чітко не визначає правовий режим доменного імені, фірмового стилю та інших комерційних позначень. Правозастосовна практика також є доволі суперечливою при вирішенні спорів щодо вказаних об'єктів. Але щорічно кількість спорів, предметом яких є доменні імена, фірмовий стиль та інші комерційні позначення, збільшується, що зумовлює необхідність проведення аналізу правової природи цих об'єктів. Невирішеним до кінця є питання, чи можна трактувати доменне ім'я, фірмовий стиль та інші комерційні позначення як окремі об'єкти права інтелектуальної власності. Законодавець чітко не дає відповіді на це питання, натомість судова практика не завжди уніфіковано вирішує такі спори. Це вказує на актуальність цього наукового дослідження.

Стан дослідження. Доменні імена, фірмовий стиль, інші комерційні позначення неодноразово були предметом наукового дослідження різних науковців, серед яких Ю. Л. Бошицький [3; 4], О. С. Яворська [21], Л. Л. Тарасенко [8; 19; 22], В. М. Мартин [7; 10], Д. В. Бойко [1], В. В. Бонтлаб [2], В. М. Крижна [9], С. С. Савич [18] та інші. Водночас не проводилося комплексне наукове дослідження щодо правового режиму цих об'єктів та їх місця серед об'єктів права інтелектуальної власності, що свідчить про актуальність цього наукового дослідження.

Цілями статті є характеристика національного законодавства, яке визначає правовий режим доменних імен, фірмового стилю та інших комерційних позначень, обґрунтування висновків щодо вдосконалення правового регулювання досліджуваних відносин.

Завданням статті є визначити особливості правової охорони доменних імен, фірмового стилю, інших комерційних позначень, проаналізувати правозастосовчу практику, охарактеризувати правову природу вказаних об'єктів та способи захисту прав на них.

Виклад основного матеріалу. Доменні імена, фірмовий стиль, інші комерційні позначення є новітніми об'єктами правової охорони. Водночас дискусійним є питання щодо віднесення їх до об'єктів права інтелектуальної власності загалом, чи до об'єктів промислової власності зокрема. Паризька конвенція про охорону промислової власності (1883 року) визначає в якості об'єктів охорони промислової власності винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торговельні марки, фірмові найменування, географічні зазначення, а також припинення недобросовісної конкуренції. Відтак, цей перелік є вичерпним, і інші об'єкти, які не згадано у цій Конвенції, не належать до об'єктів промислової власності [4, с. 383]. Окрім того,

ЦК України також містить закритий перелік об'єктів права інтелектуальної власності (ч. 1 ст. 420).

Свого часу О. А. Підпригора відзначав, що наведений перелік об'єктів не є вичерпним, оскільки він може доповнюватися новими результатами інтелектуальної діяльності, яка не має меж [14, с. 10]. Погоджуємося також з вказаною позицією, однак для її реального застосування доцільно внести зміни у ЦК України, передбачивши у переліку об'єктів права інтелектуальної власності «інші об'єкти».

Відтак доменні імена, фірмовий стиль, інші комерційні позначення є об'єктами правової охорони, але вони не визначені законом як самостійні об'єкти права інтелектуальної власності. Тому захист прав на них здебільшого відбувається з використанням інших способів захисту, пов'язаних із поіменованими засобами індивідуалізації (торговельні марки, комерційні найменування), об'єктами авторського чи патентного права.

Доменні імена. У національному законодавстві України міститься лише визначення доменного імені, яке наведено у Законі України «Про електронні комунікації» та в Законі України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Визначення між собою різняться, але обидва вказують лише на технічні характеристики, зокрема, на те, що це частина ієрархічного адресного простору мережі Інтернет, використовується для адресації комп'ютерів і ресурсів в Інтернеті.

Тому правова природа доменного імені законодавчо залишається невизначеною: чи це об'єкт права власності, чи це право користування сайтом, чи це засіб індивідуалізації учасників цивільних відносин, чи це окремий об'єкт цивільних прав.

Щоб дати відповідь на питання, чи домен є самостійним об'єктом права (інтелектуальної) власності, чи правом на користування веб-сайтом, варто протракувати зміст рішення Європейського суду з прав людини у справі *Raeffgen GmbH v. Germany* від 18 вересня 2007 року.

Аналізуючи вказане рішення, К. Некіт, вказує, що доменне ім'я доцільно вважати особливим різновидом майна, майновим правом та, відповідно, об'єктом права власності, оскільки власник доменного імені має право самостійно визначати способи його використання (розмістити рекламу, сайт про послуги та/або товари, зробити доступ платним або безкоштовним, може здати доменне ім'я в оренду, може продати його тощо). Тому «виняткове право на використання доменного імені має економічну цінність» є правом власності в значенні ст. 1 Протоколу № 1 до Конвенції про захист прав людини й основних свобод [11, с. 41]. Розвиваючи цю позицію, К. Некіт вказує, що доменне ім'я (а також акаунт, аватар та інші ігрові предмети в мультикористувацькій грі, акаунт у соціальній мережі тощо) належать до об'єктів віртуальної власності [12, с. 87].

Натомість І. Томаров і К. Олійник критикують підхід, що домен – це об'єкт права власності. Вони по-своєму трактують вказане вище рішення ЄСПЛ, вказуючи, що право на домен – це право використання, яке виникає на підставі правочину між реєстратором і клієнтом (користувачем доменом); це майнове право, але захищають його не класичними зобов'язальними способами (виконати обов'язок у натурі, повернути майно, передане у користування), а позовом третьої особи, яка не є стороною договору між реєстрантом та реєстратором. Тому і спосіб захисту прав на домен – визнати право на використання домену шляхом переделегування (перереєстрації) на користь позивача [20]. Реєстрант не володіє всією сукупністю майнових прав на домен, а лише правом на його використання й розпорядження на визначений період [13].

Зокрема, Н. Булат вказує, що за своєю правовою природою доменне ім'я є особливим об'єктом права інтелектуальної власності. Така особливість доменного імені полягає не лише в тому, що воно володіє спеціальними, лише йому притаманними ознаками, є окремим від інших об'єктів, а також у тому, що, з огляду на неналежне регулювання відносин у сфері доменних імен, правова охорона цих об'єктів залишається незабезпеченою [5].

Свого часу В. В. Бонтлаб пропонував доповнити Книгу четверту Цивільного кодексу України главою «Доменні імена», де «врегулювати правові аспекти виникнення права на доменні імена, зміст прав володільців доменних імен», а також прийняти Закон України «Про доменні імена», внести зміни до Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» і Закону України «Про телекомунікації» [2, с. 8].

Усі ці позиції заслуговують на увагу, водночас, на нашу думку, доменне ім'я законом прямо не віднесено до засобів індивідуалізації як об'єктів права інтелектуальної власності. Доменне ім'я – це назва веб-сайту (у спрощеному розумінні). Вважаємо, що доменне ім'я не є самостійним об'єктом інтелектуальної власності, а лише може бути формою використання торговельної марки або іншого засобу індивідуалізації, або може бути самостійним комерційним або некомерційним позначенням. Права на доменне ім'я залежать від того, які об'єкти цивільних прав відображені у словесному вираженні доменних імен (торговельна марка, комерційне найменування, географічне зазначення, об'єкт авторського права, ім'я фізичної особи тощо). Від видової належності такого об'єкта, а переважно це об'єкт інтелектуальної власності, визначається обсяг та зміст відповідних прав, у тому числі і на захист цього права.

Судова практика також свідчить, що суди захищають право на домен лише в тому разі, якщо домен є формою використання, наприклад, торговельної марки або комерційного найменування. Для прикладу, у судовій справі про заборону використання доменного імені суд відмовив у задоволенні позову, оскільки позивач не зробив посилання на жодний нормативний акт, що визначає доменне ім'я як об'єкт інтелектуальної власності, і не пояснив, до якого виду об'єктів інтелектуальної власності (об'єкт авторського права, промислова власність, комерційне позначення тощо) воно відноситься. Суд констатував, що позивач не має самостійного права на домен [17]. Це рішення суду є доволі за давниним, однак вважаємо його певною мірою помилковим, оскільки право на домен позивач мав, однак захищати це право треба було не як самостійне, а як складову права на торговельну марку, комерційне найменування чи інше позначення з посиланням на відповідні норми.

Звертаємо увагу, що доменні спори можуть вирішуватися не лише в судовому порядку, а й у позасудовому – відповідно до правил Єдиної політики вирішення спорів про доменні імена (англ. UDRP – Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy), шляхом подання скарги до WIPO Arbitration and Mediation Center або до іншого Центру вирішення доменних спорів. Такий порядок захисту має низку переваг (нетривалі строки розгляду, відносна невелика сума зборів за розгляд доменного спору, оперативне виконання рішення).

Способами захисту прав на домен можуть бути переделегування доменного імені на ім'я позивача або скасування реєстрації доменного імені.

Інші комерційні позначення. Інші комерційні позначення як окремий об'єкт права, передбачено у ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Відповідно до цієї статті неправомірним є використання імені, комерційного (фірмового) найменування, торговельної марки (знака для товарів і послуг),

рекламних матеріалів, оформлення упаковки товарів і періодичних видань, інших позначень без дозволу (згоди) суб'єкта господарювання, який раніше почав використовувати їх, або схожі на них позначення у господарській діяльності, що призвело чи може призвести до змішування з діяльністю цього суб'єкта господарювання.

Отже, законодавець згадує про певне «інше позначення, яке використовується певним суб'єктом господарювання» і яке фактично вирізняє такого суб'єкта господарювання на ринку. Це позначення відмежовано від торговельної марки, комерційного найменування, географічного зазначення. Фактично, йдеться про позначення (бренд), який використовується суб'єктом підприємництва без реєстрації прав на нього, наприклад, у якості торговельної марки.

Незаконне використання такого «іншого позначення» трактується законодавцем як недобросовісна конкуренція.

Чи є таке «інше позначення» самостійним об'єктом права інтелектуальної власності – питання доволі спірне, і навіть Верховний Суд вже змінив своє бачення щодо цього.

У Постанові ВС (КГС) від 11.06.2020 року у справі № 922/1966/18 Верховний Суд вказав, що комерційне позначення (інше позначення) є окремим об'єктом прав інтелектуальної власності нарівні зі знаками для товарів та послуг та, відповідно, самостійним об'єктом цивільно-правових відносин, який не можна в повному обсязі ототожнювати із позначенням, зареєстрованим як знак для товарів і послуг. Перебування позначення у цивільному обороті та правовідносини, з ним пов'язані, можуть відрізнитися, зокрема, за суб'єктним складом, підставами виникнення і припинення прав та обов'язків, обсягом прав, правовим регулюванням, механізмами захисту тощо. Правове регулювання такої категорії, як «позначення» та його захист відбувається на підставі загальних положень, визначених главою 35 книги четвертої ЦК України [15]. Тобто у 2020 році Верховний Суд чітко вказав, що «комерційне позначення (інше позначення) є окремим об'єктом прав інтелектуальної власності», до якого застосовуються загальні положення про інтелектуальну власність.

Водночас у межах розгляду цієї ж справи (після того, коли справа «пройшла» чергове коло розгляду в судах першої та апеляційної інстанції) Верховний Суд (але на цей раз – Палата з розгляду справ інтелектуальної власності КГС) у Постанові від 18.08.2021 року обґрунтував іншу позицію: «саме по собі «позначення» не є самостійним об'єктом зі спеціально передбаченим законом статусом, який породжує певні права і обов'язки, у зв'язку з чим не має специфічного (спеціального) захисту. Згідно з конкурентним законодавством, а саме, відповідно до статті 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» позначення отримує захист у конкурентних відносинах, а не як самостійний об'єкт інтелектуальної власності» [16]. Вважаємо цей підхід більш вдалим, оскільки «інше позначення» недоречно розглядати як окремий об'єкт інтелектуальної власності. Вказане позначення може бути предметом захисту як об'єкт авторського права (наприклад, логотип) або як самостійний об'єкт у конкурентних відносинах (відповідно до ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»).

Фірмовий стиль. Дотичним до торговельної марки є таке поняття, як «trade dress» (фірмовий стиль). Цей засіб індивідуалізації не закріплений на законодавчому рівні в Україні, але доволі популярний у країнах ЄС та США. В Україні «trade dress» досить часто застосовується суб'єктами господарювання у господарській діяльності. Йдеться про фірмовий стиль (дизайн інтер'єру, екстер'єру

тощо). Водночас законодавство України прямо не визначає правовий режим фірмового стилю.

Фірмовий стиль («trade dress») – це загальний образ або загальний вигляд продукту або послуги, яка надається, в тому числі і в цифровому середовищі, наприклад, дизайн веб-сайту. Ознаками фірмового стилю («trade dress») є:

– унікальний та оригінальний стиль у певній сфері діяльності, що індивідуалізує товари або послуги певного суб'єкта господарювання;

– новий комерційний стиль, який відрізняється від інших, уже існуючих, і цим індивідуалізує товари та послуги певного суб'єкта господарювання.

У США є спеціальний закон про фірмовий стиль. Відповідно до його положень фірмовий стиль охороняється як торговельна марка. Зокрема, торговельна марка є основою, навколо якої «вимальовується певний фірмовий стиль», тобто фірмовий стиль є своєрідним доповненням до знаку для товарів і послуг. Поняття «trade dress» охоплює оформлення упаковки, етикетки, контейнери, коробки, пляшки тощо, в яких поміщена продукція, колір чи поєднання кольорів, форма продукції, запахи, звуки, якими супроводжується продукція, екстер'єр чи інтер'єр закладів. Такий підхід відображено у Законі США «Про охорону прав на фірмовий стиль» [23].

У країнах ЄС встановлено різні підходи щодо правової охорони «Trade dress»:

- 1) як торговельна марка;
- 2) як об'єкт авторського права (зокрема, йдеться про правову охорону дизайну приміщення);
- 3) як промисловий зразок (завдяки цьому окремі елементи дизайну приміщення підлягають правовій охороні);
- 4) як вид недобросовісної конкуренції;
- 5) шляхом патентування [24].

В Україні «trade dress» суб'єкти господарювання також намагаються охоронити фірмовий стиль комплексно – авторське право охороняє дизайн інтер'єру приміщення, торговельні марки індивідуалізують товари і послуги суб'єкта господарювання (у тому числі йдеться про брендування вивіски, інших рекламних матеріалів). Окремі елементи дизайну приміщення можуть охоронятися як промисловий зразок. Навіть корисна модель може слугувати додатковим елементом для індивідуалізації фірмового стилю.

Фірмовий стиль можна охороняти і захищати в межах конкурентного законодавства відповідно до вже згаданої ст. 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», якщо «крадіжка» фірмового стилю призвела чи може призвести до змішування з діяльністю суб'єкта господарювання – власника фірмового стилю.

Також право на фірмовий стиль можна захищати відповідно до вимог спеціального законодавства про авторське право, або про промислові зразки, або про торговельні марки – залежно від того, який об'єкт інтелектуальної власності відображає фірмовий стиль.

Вважаємо, що фірмовий стиль («trade dress») недоречно ототожнювати лише з торговельною маркою. Дійсно, зазвичай фірмовий стиль посилює торговельну марку, «одягає» її, створюючи індивідуальний стиль, наприклад, певного закладу. Водночас недоцільно виділяти фірмовий стиль як окремий об'єкт інтелектуальної власності. У більшості випадків – це збірний, складний об'єкт, права на який треба захищати з використанням інших об'єктів інтелектуальної власності, які «навні» у фірмовому стилі, або є домінуючими у ньому, або шляхом поєднання різних

способів і порядку захисту (судовий і позасудовий – шляхом звернення до органів Антимонопольного комітету у разі порушення конкурентного законодавства).

Висновки. Доменні імена, інші комерційні позначення, фірмовий стиль не є самостійними об'єктами інтелектуальної власності, але є об'єктами правової охорони. Доменне ім'я може бути формою використання торговельної марки або іншого засобу індивідуалізації, або може бути самостійним комерційним чи некомерційним позначенням. Здійснення та захист прав на доменне ім'я залежить від того, які об'єкти цивільних прав відображені у словесному вираженні доменних імен (торговельна марка, комерційне найменування, географічне зазначення, об'єкт авторського права, ім'я фізичної особи тощо). Інше комерційне позначення отримує захист лише у конкурентних відносинах, а не як самостійний об'єкт інтелектуальної власності. Фірмовий стиль – це складний об'єкт, права на який варто захищати також з використанням інших об'єктів інтелектуальної власності, які «наявні» у фірмовому стилі, або є домінуючими у ньому, або шляхом поєднання різних способів і порядку захисту.

Список використаних джерел

1. Бойко Д. В. Правова природа доменних імен Інтернет : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.03. Національна юридична академія України імені Я. Мудрого. Харків, 2005. 20 с.
2. Бонтлаб В. В. Цивільно-правове регулювання доменних імен : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.03. Київський національний університет імені Т. Шевченка. Київ, 2006. 20 с.
3. Бошицький Ю. Проблеми правового регулювання комерційних позначень в Україні. *Актуальні проблеми держави і права* : зб. наук. праць. Одеса. Юридична література. 2007. Вип. 31. С. 228–233.
4. Бошицький Ю. Л. Міжнародно-правова охорона комерційних позначень: шлях до цивілізованого ринку товарів та послуг. *IX Наукові читання, присвячені пам'яті В. М. Корецького* : зб. наук. праць. Львів : ТОВ «Західно-український консалтинг центр». 2016. С. 14–21.
5. Булат Н. М. Основні напрями вдосконалення чинного законодавства щодо охорони доменних імен. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : юридичні науки*. Том 31 (70) Ч. 1. № 2. 2020. URL : http://www.juris.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_-2020/part_1/16.pdf (дата звернення 28.04.2022).
6. Захист імені на сайті: судова практика у сфері доменних спорів. 2012. URL : <http://kmp.ua/ua/analytics/exclusive/zahyst-imeni-na-sajti-sudova-praktyka/> (дата звернення 28.04.2022).
7. Інтелектуальне право України / за заг. ред. проф. О. С. Яворської. Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. 609 с.
8. ІТ Право / за ред. Яворської О. С. Львів : Левада, 2017. 470 с.
9. Крижна В. М. Право інтелектуальної власності України: конспект лекцій / за ред. В. І. Борисової. Харків, 2008. 112 с.
10. Мартин В. М. Охорона прав на комерційні найменування в мережі Інтернет. *Актуальні проблеми інтелектуального, інформаційного та ІТ права* : матеріали другої всеукраїнської науково – практичної конференції. Львів : Юрид. ф-т Львів. нац. ун-ту ім. І. Франка. 2017. С. 182-189.
11. Некіт К. Доменне ім'я як об'єкт цивільних прав. *Часопис цивілістики*. 2017. № 23. С. 40–44.
12. Некіт К. Особливості змісту та здійснення права віртуальної власності. *Часопис цивілістики*. 2019. № 32. С. 86–92.
13. Олійник К. Доменні спори: українська й міжнародна актуальна практика. 2019. URL : https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA013152 (дата звернення 28.04.2022).

14. Підпригора О. А., Підпригора О. О. Право інтелектуальної власності : навч. посібник. Київ : Юрінком Інтер. 1998. 335 с.
15. Постанова Верховного Суду від 11 червня 2020 р., справа № 922/1966/18. URL : <https://vkursi.pro/vsudi/decision/89849068> (дата звернення 20.02.2022).
16. Постанова Верховного Суду від 18 серпня 2021 р., справа № 922/1966/18. URL : <https://vkursi.pro/vsudi/decision/99087668> (дата звернення 20.02.2022).
17. Рішення Господарського суду Донецької області від 25.10.2006 р. справа № 14/190. URL : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/211108> (дата звернення 20.02.2022).
18. Савич С. С. Цивільно-правова охорона комерційних позначень в Україні й Республіці Польща (порівняльне дослідження). Луцьк : Вежа Друк. 2018. 168 с.
19. Тарасенко Л. Л. Використання знака для товарів і послуг і «Trade dress». *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право»*. 2019. № 55. С. 66–71.
20. Томаров І. Спосіб захисту і відповідач в спорах про доменні ім'я. 2020. URL : <http://www.legalshift.com.ua/?p=1579> (дата звернення 28.04.2022).
21. Яворська О. С. Захист прав інтелектуальної власності. Проблемні питання захисту прав інтелектуальної власності. Оновлення Цивільного кодексу України: формування підходів. Видавничий дім «Гельветика». Одеса. 2020. С. 383–385.
22. Tarasenko L. Domain name dispute resolution. *Вісник Львівського Університету. Серія Юридична*. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. Вип. 64. С. 136–143.
23. Trade Dress Protection Act. 1998. URL : <https://www.congress.gov/bill/105th-congress/house-bill/3163> (дата звернення 20.04.2022).
24. Trade Dress Protection in Europe. Report. 2007. URL : <https://www.inta.org/Advocacy/Documents/INTATradeDressEurope2007.pdf> (дата звернення 20.04.2022).

References

1. Boiko, D. V. (2005). *Pravova pryroda domennykh imen Internet*: avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kandydata yurydychnykh nauk za spetsialnistiu 12.00.03. Natsionalna yurydychna akademiia Ukrainy imeni Ya. Mudroho. Kharkiv.
2. Bontlab, V. V. (2006). *Tsyvilno-pravove rehuliuвання domennykh imen*: avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kandydata yurydychnykh nauk za spetsialnistiu 12.00.03. Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni T. Shevchenka. Kyivs.
3. Boshytskyi, Yu. (2007). Problemy pravovoho rehuliuвання komertsiiynykh poznachen v Ukraini. *Aktualni problemy derzhavy i prava*: zb. nauk. prats. Odesa. Yurydychna literatura, vyp. 31, 228–233.
4. Boshytskyi, Yu. L. (2016). Mizhnarodno-pravova okhorona komertsiiynykh poznachen: shliakh do tsyvilizovanoho rynku tovariv ta posluh. *IX Naukovi chytannia, prysviacheni pamiaty V. M. Koretskoho*: zbirnyk nauk. prats. Lviv: TOV «Zakhidno-ukrainskyi konsaltnykh tsentr», 14–21.
5. Bulat, N. M. (2020). Osnovni napriamy vdoshkonalennia chynnoho zakonodavstva shchodo okhorony domennykh imen. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: yurydychni nauky, Tom 31 (70) Ch. 1. № 2*. Retrieved from http://www.juris.vernadsyjournal.in.ua/journals/2020/2_2020/part_1/16.pdf (data zvernennia 28.04.2022).
6. *Zakhyst imeni na saitii: sudova praktyka u sferi domennykh sporiv*. (2012). Retrieved from <http://kmp.ua/ua/analytics/exclusive/zahyst-imeni-na-sajti-sudova-praktyka/> (data zvernennia 28.04.2022).
7. *Intelektualne pravo Ukrainy*. (2016) / za zah. red. prof. O. S. Yavorskoi. Ternopil: Pidruchnyky i posibnyky, 609 s.
8. *IT Pravo*. (2017) / za red. Yavorskoi O. S. Lviv: Levada.
9. Kryzhna, V. M. (2008). *Pravo intelektualnoi vlasnosti Ukrainy*: konspekt leksii / za red. V. I. Borysovoi. Kharkiv.

10. Martyn, V. M. (2017). Okhorona prav na komertsiiini naimenuvannia v merezhi Internet. *Aktualni problemy intelektualnoho, informatsiinoho ta IT prava: materialy druhoi vseukrainskoi naukovo – praktychnoi konferentsii*. Lviv : Yuryd. f-t Lviv. nats. un-tu im. I. Franka, 182–189.
11. Nekit, K. (2017). Domenne imia yak obiekt tsyvilnykh prav. *Chasopys tsyvilistyky, № 23*, 40–44.
12. Nekit, K. (2019). Osoblyvosti zmistu ta zdiisnennia prava virtualnoi vlasnosti. *Chasopys tsyvilistyky, № 32*, 86–92.
13. Oliinyk, K. (2019). *Domenni spory: ukrainska y mizhnarodna aktualna praktyka*. Retrieved from https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA013152 (data zvernennia 28.04.2022).
14. Pidopryhora, O. A., Pidopryhora, O. O. (1998). *Pravo intelektualnoi vlasnosti: navch. posibnyk*. Kyiv: Yurinkom Inter. 335 s.
15. *Postanova Verkhovnoho Sudu vid 11 chervnia 2020 r., sprava № 922/1966/18*. Retrieved from <https://vkursi.pro/vsudi/decision/89849068> (data zvernennia 20.02.2022).
16. *Postanova Verkhovnoho Sudu vid 18 serpnia 2021 r., sprava № 922/1966/18*. Retrieved from <https://vkursi.pro/vsudi/decision/99087668> (data zvernennia 20.02.2022).
17. *Rishennia Hospodarskoho sudu Donetskoï oblasti vid 25.10.2006 r. sprava № 14/190*. Retrieved from <http://reyestr.court.gov.ua/Review/211108> (data zvernennia 20.02.2022).
18. Savych, S. S. (2018). *Tsyvilno-pravova okhorona komertsiiinykh poznachennia v Ukraini y Respublitsi Polshcha (porivnialne doslidzhennia)*. Lutsk: Vezha Druk.
19. Tarasenko, L. L. (2019). Vykorystannia znaka dlia tovariv i posluh i «Trade dress». *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Pravo», № 55*, 66–71.
20. Tomarov, I. (2020). *Sposib zakhystu i vidpovidach v sporakh pro domenni imia*. Retrieved from <http://www.legalshift.com.ua/?p=1579> (data zvernennia 28.04.2022).
21. Iavorska, O. S. (2020). Zakhyst prav intelektualnoi vlasnosti. Problemni pytannia zakhystu prav intelektualnoi vlasnosti. *Onovlennia Tsyvilnoho kodeksu Ukrainy: formuvannia pidkhodiv*. Vydavnychiy dim «Helvetyka». Odesa, 383–385.
22. Tarasenko, L. (2017). Domain name dispute resolution. *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seriiia Yurydychna*. Lviv: LNU imeni Ivana Franka, vyp. 64, 136–143.
23. *Trade Dress Protection Act*. (1998). Retrieved from <https://www.congress.gov/bill/105th-congress/house-bill/3163> (data zvernennia 20.04.2022). 23
24. *Trade Dress Protection in Europe. Report*. (2007). Retrieved from <https://www.inta.org/-Advocacy/Documents/INTATradeDressEurope2007.pdf> (data zvernennia 20.04.2022). 24

**DOMAIN NAMES, CORPORATE STYLE
AND OTHER COMMERCIAL DESIGNATIONS:
FEATURES OF LEGAL PROTECTION**

L. Tarasenko

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000,
e-mail: leonid.tarasenko@lnu.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-4359-8965*

Abstract. The article considers the features of legal protection of domain names, trade dress and other commercial designations. The legal regime of the specified objects of legal protection is analyzed. It is proved that the current national legislation does not clearly define the legal regime of the domain name, corporate style (trade dress) and other commercial designations. The issue of whether a domain name, corporate style and other commercial designations can be considered as separate objects of intellectual property rights is resolved.

It is substantiated that domain names, corporate style (trade dress), and other commercial designations are the newest objects of legal protection. It is proven that a domain name is not an independent object of intellectual property, but it can only be a form of use of a trademark or other means of individualization, or can be an independent commercial or non-commercial designation. It is substantiated that the rights to a domain name depend on what objects of civil rights are reflected in the verbal expression of domain names (trademark, trade name, geographical indication, copyright object, name of an individual, etc.). It is proved that the scope and content of the relevant rights to the domain, including the protection of this right, is determined by the species belonging to the object reflected in the domain name, and mainly it is an object of intellectual property. It is established that the ways to protect the rights to the domain can be transferring of the domain name to the plaintiff or termination of the domain name. It is proved that other commercial designations are a separate object of law, which is provided for by Art. 4 of the Law of Ukraine «On protection against unfair competition». It is substantiated that «other commercial designation» is a designation (brand) used by an economic entity without the registration of rights to it, for example, as a trademark. It is proved that «other designation» is inappropriate to be considered as a separate object of intellectual property, instead such designation can be protected as a copyright object (for example, a logo) or as an independent object in a competitive relationship. It is established that the corporate style (trade dress) is inappropriate to be identified exclusively with the brand. It is proved that corporate style (trade dress) strengthens the brand, «dresses» it, creating an individual style. It is justified that it is inexpedient to single out corporate identity as a separate intellectual property object, as corporate identity is a collective, complex object, the rights to which should be protected using other intellectual property objects that are «present» in this trade dress, or are dominant in it.

Keywords: trademark, Ukrpatent, Supreme Court, unfair competition, intellectual property, protection, Internet, court.

*Стаття: надійшла до редакції 20.04.2022
прийнята до друку 20.05.2022*