

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАХИСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Половнікова Д.С., гр. ХТД-75м

Науковий керівник – канд. техн. наук, доц. **Д.В. Горелков**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

В умовах вступу України до зони вільної торгівлі суттєво змінився характер відносин, пов'язаний із охороною об'єктів промислової власності. У Європейському Союзі останнім часом поширюється тенденція до патентування географічного зазначення місця походження товару, тим самим захищаючи історичні передумови його виникнення та культурну спадщину народу.

У таких умовах багато країн намагаються запатентувати різноманітні національні назви страв і продуктів, підтверджуючи це відповідними історичними документами. Прикладом запатентованої української національної назви виступає торт «Київський», рецепт якого був винайдений у 1956 р., а запатентований у 1973 р. кондитерами фабрики ім. Карла Маркса у Києві.

Слід зазначити, що основними передумовами виникнення особливих характеристик товару є специфічні природні умови, в яких він зроблений, а також людський фактор (майстерність, досвід, традиції). Для найменування місця походження товару вирішальною передумовою, що сприяє виникненню особливих характеристик, є специфічні природні умови. Прикладом є мінеральна вода «Миргородська»: її унікальність полягає в особливостях природних умов видобування. А для географічного зазначення походження товару такими вирішальними передумовами є характерні умови даного географічного місця та людський фактор.

Питання захисту географічного зазначення товару є досить важливим у наш час, воно сприймається споживачами як свідчення походження та забезпечення відповідної якості продуктів. Багато національних страв і товарів надбали високу репутацію за кордоном, яка при відсутності належної охорони може бути використана іншими суб'єктами підприємницької діяльності. Помилкове використання географічних зазначень особами, які не мають дозволу на таке використання, завдає шкоди споживачам і державі в цілому. Це позбавляє законних виробників прибуткового бізнесу та заподіює шкоду встановленій репутації підприємства.