

Сапожкова К.И.

магистрант

2 курс, Факультет подготовки специалистов для судебной системы

(юридический факультет)

Северо-Западный филиал «Российский государственный

университет правосудия»

Россия, г. Санкт-Петербург

Научный руководитель: Новоселова А.А.

кандидат юридических наук

доцент кафедры гражданского права

Северо-Западный филиал «Российский государственный

университет правосудия»

Россия, г. Санкт-Петербург

ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ОБЪЕКТЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ КОРПОРАЦИИ.

***Аннотация:** Статья посвящена рассмотрению товарного знака и знака обслуживания в рамках института исключительных прав, принадлежащих корпорации. В статье рассматриваются нормативно-правовые акты, устанавливающие правовой режим исключительных прав корпорации, проблемы правового режима обозначенных объектов и их разграничения, а также способы передачи товарного знака и знака обслуживания.*

***Ключевые слова:** Товарный знак, знак обслуживания, договор, коммерческая концессия, лицензия, отчуждение, юридическое лицо, корпорация.*

***Annotation:** The article is devoted to the consideration of a trademark and service mark within the framework of the institution of exclusive rights owned by a*

corporation. The article discusses the regulations establishing the legal regime of the exclusive rights of a corporation, the problems of the legal regime of designated objects and their delimitation, as well as methods of transferring a trademark and service mark.

Key words: *trademark, service mark, agreement, commercial concession, license, alienation, legal entity, corporation.*

Часть четвертая Гражданского кодекса Российской Федерации посвящена вопросам регулирования права интеллектуальной собственности в Российской Федерации, поэтому все вопросы, относящиеся к правовому режиму тех или иных исключительных прав, регулируются ей. В рамках настоящего исследования будут рассмотрены такие объекты исключительных прав, как товарный знак и знак обслуживания.

Товарный знак - это обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), которое служит для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Товарный знак, выражаясь простым языком – это логотип того или иного предприятия, фирмы, по которому узнают и отличают различные предприятия и производимый ими товар, как например галочка в логотипе фирмы «Nike» и кошка в логотипе «Puma».

Знак обслуживания – это обозначение, служащее для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг. По сути, миссию он выполняет ту же, что и товарный знак – отличать от других. Законодательные нормы для товарного знака и знака обслуживания тоже идентичны, но между ними есть небольшое различие.

Товарный знак используют по большей части в сфере продаж, тот же «Nike» или «IKEA», а знак обслуживания, что вытекает из термина – в сфере

услуг, то есть логотип «Вкусно и точка» или «Stars coffee» - это уже знак обслуживания.

В соответствии с п. 157 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», с учетом пункта 1 статьи 1477 и статьи 1484 ГК РФ использованием товарного знака признается его использование для целей индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

В связи с этим употребление слов (в том числе имен нарицательных), зарегистрированных в качестве словесных товарных знаков, не является использованием товарного знака, если оно осуществляется в общеупотребительном значении, не для целей индивидуализации конкретного товара, работы или услуги (в том числе способами, перечисленными в пункте 2 статьи 1484 ГК РФ), например, в письменных публикациях или устной речи¹.

Исключительное право на товарный знак и знак и знак обслуживания складывается из трех основных компонентов:

- 1) Право на применение товарного знака любым не запрещенным законом способом.
- 2) Право на распоряжение исключительным правом на товарный знак.
- 3) Право выносить запрет на применение товарного знака третьими лицами.

В законе право запрещать использовать товарный знак возникает исходя из положения, что никто не вправе использовать товарный знак без разрешения правообладателя. Причем незаконным использованием товарного знака может быть признано не только использование точно такого же обозначения в отношении точно таких же товаров.

¹ О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ [от 23 апреля 2019 г. №10 (с посл. изм. и доп.)]// Российская газета. – 2019. - №96.

Чтобы нарушить право на чужой товарный знак, достаточно использовать похожее обозначение и даже в отношении похожих товаров и услуг, если в результате такого использования может возникнуть вероятность «смешения». Иными словами, если потребитель подумает о принадлежности товара другому правообладателю, то это явный признак нарушения прав на чужой товарный знак.

В законодательстве, по нашему мнению, вопрос товарного знака и знака обслуживания раскрыт не в полной мере. Человеку, не знающему всех тонкостей, понять эти различия очень сложно. Эти два понятия не раскрываются в законе, основное внимание уделено именно товарному знаку, а знак обслуживания вообще упоминается только поверхностно. В связи с этим есть необходимость дополнить статью 1477 ГК РФ полностью раскрытыми понятиями этих двух терминов, либо же вообще убрать это разграничение, поскольку как таковых различий между ними нет, применяемые нормы к этим двум объектам тождественны и наличие разных понятий вызывает только недопонимание и лишние пробелы в законодательстве.

В Российской Федерации передача права на товарный знак (знак обслуживания) от правообладателя к приобретателю осуществляется посредством заключения договора об отчуждении исключительного права на товарный знак, договора коммерческой концессии и лицензионного договора. Кратко рассмотрим каждый из указанных договоров.

Согласно пункту 1 статьи 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие

предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау)².

Для заключения договора коммерческой концессии, необходимо сначала зарегистрировать товарный знак. Обладателем исключительного права на товарный знак может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель.

Также стоит отметить, что в соответствии с упомянутым ранее приказом Роспатента «Об утверждении Рекомендаций по вопросам проверки договоров о распоряжении исключительным правом на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации»³. В соответствии с действующим законодательством договор, по которому предоставляется право на использование только коммерческого обозначения и секрета производства (ноу-хау) и не предоставляется право на использование товарного знака, не может рассматриваться как договор коммерческой концессии и, соответственно, не подлежит регистрации в Роспатенте. В регистрации такого договора отказывается.

Н.Б. Нечаева указывает на то, что иногда будущий правообладатель при заключении договора коммерческой концессии, не дожидается регистрации торгового знака, юридическое оформление которого занимает достаточно длительный период, в результате ускоренная продажа без товарного знака может привести к тому, что недобросовестный пользователь, собрав необходимые документы, регистрирует товарный знак на себя и открывает

² Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: федер. закон [от 26 января 1996 г. №14-ФЗ (с посл. изм. и доп.)]// Собр. законодательства РФ. – 1996. - № 5. – Ст.410.

³ Об утверждении Рекомендаций по вопросам проверки договоров о распоряжении исключительным правом на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации: приказ Роспатента [от 29 декабря 2009 г. (с посл. изм. и доп.)]// СПС «КонсультантПлюс» [электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (10 марта 2022 года)

свой бизнес, а право приоритета признается и охраняется законом при условии государственной регистрации⁴.

Согласно пункту 1 статьи 1235 ГК РФ, по лицензионному договору одна сторона - обладатель исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации (лицензиар) предоставляет или обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право использования такого результата или такого средства в предусмотренных договором пределах⁵.

По мнению Квициния Н.В. и Осадченко Э.О., лицензионный договор, заключенный в установленной законом форме, является наиболее качественной и рациональной юридической конструкцией для защиты прав лица, который решил передать права на товарный знак⁶.

Согласно пункту 1 статьи 1488 ГК РФ, По договору об отчуждении исключительного права на товарный знак одна сторона (правообладатель) передает или обязуется передать в полном объеме принадлежащее ей исключительное право на соответствующий товарный знак в отношении всех товаров или в отношении части товаров, для индивидуализации которых он зарегистрирован, другой стороне - приобретателю исключительного права.

Статус обладателя исключительного права на товарный знак или знак обслуживания могут иметь лишь профессиональные субъекты гражданского оборота – только юридические лица либо граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. Именно по этой причине только

⁴ Нечаева Н.Б. К вопросу о договорах коммерческой концессии // Теория и практика современной науки: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – 2021. - №4. – С.6-10.

⁵ Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: федер. закон [от 18 декабря 2006 г. №230-ФЗ (с посл. изм. и доп.)]// Собр. законодательства РФ. – 2006. - №. 52 (часть I) – Ст.5496.

⁶ Квициния Н.В., Осадченко Э.О. Право пользования товарным знаком: регулирование передачи пробелы в действующем законодательстве // Legal Concept. - 2023. – С.102-108.

они могут стать контрагентами по договору об отчуждении исключительного права на товарный знак.

Кузьмин К.А. обращает внимание на принцип «исчерпания права» на товарный знак, который означает ограничение прав правообладателя на запрет на проезд товара в гражданский оборот третьими лицами, если этот товар уже был введен в обращение самим правообладателем или с его согласия. Каждый раз, когда товар ввозится в Россию, этот ввоз становится законным только с согласия правообладателя⁷.

Таким образом, товарный знак и знак обслуживания, представляя собой средства индивидуализации юридических лиц, служа их отличительными элементами, являются неотъемлемой частью гражданского оборота. Товарные знаки и знаки обслуживания подлежат государственной регистрации и не могут использоваться другими лицами без разрешения правообладателя. Передача прав на товарные знаки и знаки обслуживания осуществляется в рамках гражданско-правовых договоров, которые включают в себя передачу комплекса исключительных прав либо отдельно взятых. Вместе с тем, данная правовая категория недостаточно урегулирована в законодательстве, в том числе в части отграничения товарного знака от знака обслуживания, поэтому четвертая часть гражданского кодекса Российской Федерации нуждается в пристальном внимании и доработке со стороны органов законодательной власти.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: федер. закон [от 26 января 1996 г. №14-ФЗ (с посл. изм. и доп.)]// Собр. законодательства РФ. – 1996. - № 5. – Ст.410.

⁷ Кузьмин К.А. Особенности отчуждения исключительного права на товарный знак // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2022. - №5-3. – С. 84-87.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: федер. закон [от 18 декабря 2006 г. №230-ФЗ (с посл. изм. и доп.)]// Собр. законодательства РФ. – 2006. - №. 52 (часть I) – Ст.5496.

3. Об утверждении Рекомендаций по вопросам проверки договоров о распоряжении исключительным правом на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации: приказ Роспатента [от 29 декабря 2009 г. (с посл. изм. и доп.)]// СПС «КонсультантПлюс» [электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (10 марта 2022 года).

4. О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации: Постановление Пленума Верховного Суда РФ [от 23 апреля 2019 г. №10 (с посл. изм. и доп.)]// Российская газета. – 2019. - №96.

5. Квициния Н.В., Осадченко Э.О. Право пользования товарным знаком: регулирование передачи пробелы в действующем законодательстве // Legal Concept. - 2023. – С.102-108.

6. Кузьмин К.А. Особенности отчуждения исключительного права на товарный знак // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2022. - №5-3. – С. 84-87.

6. Нечаева Н.Б. К вопросу о договорах коммерческой концессии // Теория и практика современной науки: сборник статей IV Международной научно-практической конференции. – 2021. - №4. – С.6-10.