

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра социальных коммуникаций

Правовой режим средств индивидуализации

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 265 группы
направления 40.04.01 «Юриспруденция»
юридического факультета
Емельяновой Ирины Анатольевны

Научный руководитель
д. соц. н., профессор

10.06.2016

О.Ю. Голуб

Зав.кафедрой социальных коммуникаций
д.соц.н., профессор

10.06.2016

О.Ю. Голуб

Саратов 2016

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – д. соц. н., профессор Голуб О.Ю.

Выпускающая организация – Юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. Современная российская действительность характеризуется бурным развитием гражданского законодательства, обновлением правовых институтов, сформированных в девятые годы прошлого столетия. Необходимость таких преобразований продиктована значительным изменением экономической ситуации в России, новым этапом развития рыночной экономики и усложнением хозяйственной деятельности предпринимателей. В связи с этим сегодня исследованию различных аспектов гражданско-правового регулирования уделяется большое внимание. Не является исключением и урегулированный нормами части четвертой ГК РФ институт средств индивидуализации юридических лиц, предприятий, товаров, работ, услуг.

Цель данной работы – комплексное исследование правового режима средств индивидуализации.

Задачи исследования:

- определить понятие средств индивидуализации, а также исследовать законодательство в рассматриваемой сфере;
- проанализировать охраняемые и используемые сегодня в практической деятельности виды средств индивидуализации;
- исследовать содержание прав на средства индивидуализации;
- изучить проблемы правовой охраны средств индивидуализации;
- выявить пробелы и коллизии правового регулирования средств индивидуализации;
- подготовить и обосновать предложения по ликвидации выявленных пробелов и коллизий правового регулирования средств индивидуализации.

Методологическую основу диссертационного исследования составил всеобщий диалектический метод познания, а также связанные с ним общенаучные методы исследования: исторический, логический, социологический. В работе используются также частноправовые приемы и способы познания: сравнительно-правовой, формально-юридический и др.

В процессе диссертационного исследования использовались труды таких авторов, как С.С. Алексеев, В.М. Карельский, Н.И. Лазарев, В.А. Лапач, А.В.Малько, М.Н. Марченко, Н.И. Матузов, О.С. Родионов, В.С. Петров, О.А. Городов, И.Д. Кузьмина, С.М. Корнеев, В.Д. Рузанова, В.А. Белов, В.А. Дозорцев, И.А. Зенин, О.Н. Садилов, А.П. Сергеев, Е.А. Суханов, Ю.К. Толстой и др.

Научная новизна магистерской работы определяется сформулированными автором предложениями по совершенствованию законодательства о средствах индивидуализации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Необходимо на законодательном уровне зафиксировать определение понятия «средства индивидуализации», закрепив в нем специфические особенности данного объекта интеллектуальной собственности.

2. Современный уровень развития Интернет-технологий, их внедрение в предпринимательскую деятельность обуславливают необходимость включения в перечень охраняемых объектов интеллектуальной собственности такого вида средств индивидуализации, как доменное имя.

3. Предлагается разрешить использование фирменного наименования в предпринимательской деятельности некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей.

4. В целях повышения качества правового регулирования средств индивидуализации в главе 76 ГК РФ представляется целесообразным свести к минимуму количество норм, имеющих излишне широкое толкование, которые содержат формулировки «сходный до степени смешения», «должно обладать достаточными различительными признаками», «может ввести потребителя в заблуждение» и т.п.

Настоящая магистерская диссертация состоит из следующих разделов: введение, двух глав, заключения, библиографического списка, приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Первая глава магистерской работы «Понятие и виды средств индивидуализации» разделена на два параграфа. В первом из них средства индивидуализации рассматриваются с точки зрения их принадлежности к объектам интеллектуальной собственности.

Автор обращает внимание на то, что в настоящее время гражданское законодательство не дает легального определения понятия «средства индивидуализации», однако причисляет их к объектам интеллектуальной собственности, которым предоставляется правовая охрана. Действительно, средства индивидуализации присущи все признаки, характеризующие объекты интеллектуальной собственности: нематериальный характер, наличие коммерческой ценности, оборотоспособность и др. Кроме того, средства индивидуализации имеют специфические особенности, отличающие их от иных объектов интеллектуальной собственности:

- 1) они находят применение исключительно в коммерческом обороте,
- 2) средства индивидуализации лишены творческого характера,
- 3) их основной функцией является обеспечение индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий.

Второй параграф первой главы магистерской работы посвящен изучению существующих видов средств индивидуализации. В статье 1225 ГК РФ названы охраняемые сегодня виды средств индивидуализации: фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, коммерческое обозначение. По мнению автора, в настоящее время назрела необходимость расширить круг охраняемых объектов интеллектуальной собственности.

Причиной выделения нового вида средств индивидуализации является современный уровень развития сети Интернет, который стал неотъемлемой частью жизни российского общества. Сегодня редкий хозяйствующий субъект обходится без создания собственного сайта. В связи с этим особое

значение приобретет проблема правового регулирования такого объекта гражданских прав, как доменное имя, которое выполняет не только функцию адресации, но и фактически становится средством индивидуализации наряду с традиционными¹. Как и любой коммерчески ценный объект, доменное имя часто становится объектом сделок и нередко оказывается предметом правовых споров.

Отсутствие адекватного правового регулирования порождает многочисленные споры между хозяйствующими субъектами и, как следствие, длительные судебные разбирательства.

Вторая глава магистерской работы «Правовой режим средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий» начинается с анализа содержания самого понятия правового режима средств индивидуализации. В работе отмечается отсутствие единого подхода к определению понятия «правовой режим средств индивидуализации» и рассматривает его различные трактовки. В результате автор выделяет в качестве наиболее удачной следующую дефиницию: «правовой режим средств индивидуализации – это совокупность гражданско-правовых норм и других средств правового регулирования поведения субъектов гражданского права, определяющих порядок пользования и распоряжения средствами индивидуализации, а также их правовой охраны».

Данное определение отражает специфику правового режима средств индивидуализации, которая проявляется в первую очередь в том, что содержание исключительного права на средства индивидуализации включает в себя правомочия использования и распоряжения, но в отличие от права собственности на вещи не содержит такое правомочие, как владение. Использование и распоряжение средствами индивидуализации имеет значительные особенности, которые обусловлены отсутствием овеществленной формы рассматриваемых объектов. При этом, как было

¹ Гладкая Е.И. Правовой режим доменного имени в России и США. Автореф. диссертации на соискание ученой степени канд. юрид. наук. М., 2014.

сказано выше, исключительное право по своему содержанию является имущественным правом и, следовательно, оно передаваемо, отчуждаемо, легко обособляется от личности правообладателя.

Первый параграф второй главы посвящен исследованию особенностей использования средств индивидуализации. Автор характеризует следующие общие принципы использования объектов интеллектуальной собственности, включая средства индивидуализации:

- их использование не сопряжено с правомочием владения;
- момент начала их существования определяется началом их использования;
- право на использование объекта интеллектуальной собственности не включает в себя использование материального носителя данного объекта, кроме случаев, когда такое использование вводит носитель в хозяйственный оборот;
- объекты интеллектуальной собственности предназначены в большей мере не для потребления создателями, а для извлечения их полезных свойств широким кругом потребителей, следовательно, использование объекта интеллектуальной собственности не сводится к потреблению;
- законодательством закреплён запрет на реализацию правомочия использования объекта интеллектуальной собственности всеми лицами, кроме правообладателей²;

В то же время специфика средств индивидуализации в отличие от иных объектов интеллектуальной собственности проявляется в следующих правилах их использования:

1. Одним из действий по использованию объектов интеллектуальной собственности является введение в хозяйственный оборот материальных носителей таких объектов.

² Решетникова А.А Гражданско-правовой режим средств индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности и производимой ими продукции (товаров, работ, услуг). – «Прометей» МПГУ. 2005. С. 115

2. Воспроизведение (изготовление экземпляра) объекта интеллектуальной собственности признается использованием последнего.

3. В отличие от объектов интеллектуальной собственности экземпляры средств индивидуализации потребительской ценности не имеют. Материальные носители средств индивидуализации сами по себе товаром не выступают. Поэтому целью использования средств индивидуализации является воздействие на рост потребительского спроса на конкретную продукцию.

На основе анализа действующего законодательства автор делает вывод о том, что в настоящее время правомочие использования подробно урегулировано только в отношении товарных знаков, что позволяет выделить принципы использования средств индивидуализации исходя из анализа установленных законом принципов использования товарных знаков.

1. Принцип обязательного использования товарного знака. Сущность права на использование товарного знака состоит в возможности их неограниченного хозяйственного использования для обозначения производимых и реализуемых товаров. Вместе с тем использование товарного знака рассматривается законом не только как право, но и как обязанность его владельца. Такой вывод следует из п. 1 ст. 1483 ГК РФ, согласно которого существует возможность досрочного прекращения регистрации товарного знака в случае неиспользования знака непрерывно в течение любых трех лет после его регистрации.

2. Принцип исчерпания права на товарный знак. Этот принцип использования товарных знаков вытекает из ст. 1487 ГК РФ, согласно которой регистрация товарного знака не дает права его обладателю запретить использование этого знака другим лицом в отношении товаров, которые были введены в хозяйственный оборот на территории Российской Федерации самим владельцем или с его согласия. Следовательно, обладатель товарного знака не может осуществить свое право дважды в отношении одних и тех же

товаров, поставляемых на рынок или лично, или с его согласия, следовательно, его право исчерпывается.

Во втором параграфе второй главы магистерской работы автор характеризует особенности распоряжения исключительным правом на средства индивидуализации. Правообладатель может распорядиться принадлежащим ему исключительным правом любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его отчуждения по договору другому лицу (договор об отчуждении исключительного права) или предоставления другому лицу права использования соответствующего средства индивидуализации в установленных договором пределах (лицензионный договор, договор коммерческой концессии). Автор исследует сходства и различия между договорами, оформляющими процесс распоряжения исключительным правом на средства индивидуализации.

Третий параграф второй главы магистерской работы посвящен вопросам охраны и защиты прав на средства индивидуализации. Автор анализирует соответствующие понятия и приходит к выводу о том, что защита должна рассматриваться как составная часть охраны средств индивидуализации. Далее в работе рассматриваются вопросы возникновения и прекращения правовой охраны каждого в отдельности из средств индивидуализации. Автор приводит ряд примеров судебной практики, иллюстрирующих применение норм, направленных на защиту нарушенных прав предпринимателей-обладателей средств индивидуализации. В работе делается вывод о том, что в настоящее время правовое регулирование вопросов, связанных с правовой охраной средств индивидуализации, не является достаточно полным и детальным. Особенно это касается наименования мест происхождения товара и коммерческого обозначения. Данное обстоятельство порождает многочисленные проблемы в практике применения соответствующих норм и указывает на необходимость совершенствования действующего законодательства.

Развитие рыночных отношений в России обуславливает разработку и введение в действие все новых правовых институтов, регулирующих различные аспекты предпринимательской деятельности. Особое внимание исследователей в настоящее время обращено к вопросам правового регулирования средств индивидуализации, поскольку на практике возникает значительное число проблем, связанных с реализацией соответствующих норм четвертой части Гражданского кодекса РФ.

В настоящее время правовое регулирование вопросов, связанных с охраной средств индивидуализации, не является достаточно полным и детальным. Данное обстоятельство порождает многочисленные проблемы в практике применения соответствующих норм. В частности, предприниматели, желающие зарегистрировать так называемый «нетрадиционный» товарный знак, испытывают значительные трудности, связанные с отсутствием подробной регламентации порядка и особенностей представления заявок на такие обозначения. Требуется дополнительное регулирование также порядок прекращения исключительного права на коммерческое обозначение. Кроме того, законодательство о средствах индивидуализации изобилует такими расплывчатыми формулировками, как «сходный до степени смешения», «должно обладать достаточными различительными признаками», «может ввести потребителя в заблуждение» и т.д. Все это приводит к отсутствию ясности и четкости в правовом регулировании рассматриваемых общественных отношений.

На основании вышеизложенного целесообразно внести следующие предложения по совершенствованию законодательства в рассматриваемой сфере:

- 1) в ГК РФ необходимо сформулировать определение понятия «средства индивидуализации», установив, таким образом, специфические признаки данного явления;

2) в число охраняемых объектов интеллектуальной собственности следует включить доменное имя и внести соответствующие изменения в ст. 1225 ГК РФ и в главу 76 ГК РФ,

3) целесообразно предоставить возможность использования фирменного наименования для индивидуализации не только коммерческих организаций, но также некоммерческих юридических лиц и индивидуальных предпринимателей,

4) необходимо более детально урегулировать вопросы правовой охраны средств индивидуализации, особенно таких, как наименование мест происхождения товаров и коммерческое обозначение. В частности, запрет на использование коммерческого обозначения, сходного до степени смешения с фирменным наименованием, товарным знаком или защищенным исключительным правом коммерческим обозначением, принадлежащим другому лицу, у которого соответствующее исключительное право возникло ранее целесообразно было бы адресовать предприятиям, осуществляющим аналогичные или сходные виды деятельности, и внести соответствующее положение в ст. 1539 ГК РФ.

Таким образом, правовое регулирование средств индивидуализации, не свободное от ряда проблем как практического, так и теоретического характера, которые требуют дальнейшего исследования. Совершенствование законодательства в указанной сфере повысит эффективность охраны и защиты законных интересов как граждан, так и самих предпринимателей.