

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

**Правовая охрана товарных знаков и знаков обслуживания**

**АВТОРЕФЕРАТ  
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 3 курса 362 группы  
направления подготовки 40.04.01 – «Юриспруденция»  
юридического факультета  
Бобуновой Елизаветы Алексеевны

Научный руководитель  
к.п.н., доцент

\_\_\_\_\_ С.А. Ефименко  
*подпись, дата*

Заведующий кафедрой  
гражданского права и процесса  
к.ю.н., доцент

\_\_\_\_\_ Е.Н.Тогузаева  
*подпись, дата*

С а р а т о в  
2023

## **Введение**

Актуальность данной темы определена тем, что интенсивное развитие коммерческой сферы и появление множества товаров, логотипов и брендов приводит к широкой популяризации подобного рода средств индивидуализации, как товарный знак. Товарный знак является, в некотором смысле, визитной карточкой предприятия, носителем деловой репутации правообладателя. Завоевавший доверие товарный знак содействует продвижению различных товаров, маркированных данным знаком.

В настоящее время Российская Федерация является участницей многих международных соглашений, которые связаны с правовой охраной товарных знаков. К ним относятся: Парижская конвенция по охране промышленной собственности, Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков, Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков, Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков, Сингапурский договор о законах по товарным знакам, Найробский договор об охране олимпийского символа.

В современном постиндустриальном мире, в глобальной экономике интеллектуальная собственность приобретает все большее значение и является международным языком общения технологических лидеров, среди них охрана товарных знаков является одной из важнейших проблем, так как она представляет собой средство обеспечения конкуренции товаров на рынке. Ведь их основная функция состоит именно в возможности разграничения и индивидуализации продукции конкретного изготовителя от товаров других производителей. В соответствии с этим необходимо формировать эффективный механизм правовой охраны товарных знаков

Актуальность избранной темы также обусловлена тем, что наибольшее количество споров о защите нарушенных или оспоренных интеллектуальных прав на средства индивидуализации касается защиты исключительных прав на товарный знак

**Степень теоретической разработанности исследования.** Проблемы, изучаемые в настоящем исследовании, неоднократно освещались в общетеоретической и отраслевой литературе. Вопросами правовой охраны товарных знаков в своих исследованиях занимались Андреев Ю.Н., Вартанян А.М., Гульбин Ю.Т., Поздеев А.М., Городов О. А., Горохов А.М, Добрыдин Н.М., Евдокимова М.В., Крушина О. Г., Жарова Е. В, Халилов Д.З., Шульга А. К. и др.

**Объектом** исследования выступают общественные отношения, возникающие в процессе обеспечения охраны прав на товарный знаки и знаки обслуживания, а также возникающие в процессе их гражданского оборота.

**Предметом** исследования настоящей работы являются система норм, регулирующих правовой режим товарных знаков и знаков обслуживания.

**Целью** данного исследования являются всестороннее изучение вопросов правового режима товарных знаков и знаков обслуживания.

В связи с названной целью поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить историю становления и развития российского законодательства о средствах индивидуализации.
2. Раскрыть понятие и виды средств индивидуализации.
3. Исследовать общие положения правового регулирования отношений в сфере охраны товарных знаков и знаков обслуживания по российскому законодательству.
4. Определить способы защиты права на товарный знак и знак обслуживания по российскому законодательству.
5. Исследовать вопросы восстановления нарушенных прав правообладателей товарных знаков и знаков обслуживания.
6. Определить особенности правовой охраны общеизвестного товарного знака.

**Методологическая основа.** Методологическую основу исследования составляет совокупность логических правил, общенаучных и специальных методов и средств познания.

В основу методологии исследования положены формально-логический, системный, сравнительно-правовой методы познания.

Так же при изучении объекта также использовались следующие методы:

*метод историко-сравнительного анализа* – в целях изучения истории становления и развития российского законодательства о средствах индивидуализации.

*системно-структурный метод* – при комплексном исследовании нормативных положений, регламентирующих защиту прав владельцев товарных знаков и знаков обслуживания в Российской Федерации.

*формально-юридический метод* – в рамках анализа правовых основ способов защиты прав на товарный знак и знак обслуживания по российскому законодательству.

*компаративистский анализ* – для сопоставления норм, регламентирующих отношения в сфере охраны товарных знаков и знаков обслуживания.

**Нормативную базу исследования составляют** Мадридское соглашение Всемирной организации интеллектуальной собственности «О международной регистрации знаков», Соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков», «Конвенция по охране промышленной собственности», Гражданский кодекс РФ (ч. 4), иные законы и подзаконные акты, а также материалы правоприменительной практики.

**Эмпирическую базу исследования составляют** решения Арбитражных судов РФ, судов общей юрисдикции.

**Научная новизна магистерского исследования определяется положениями, выносимыми на защиту:**

1. Для того чтобы в последующих случаях избежать столкновений интересов, обладателям фирменных наименований предпочтительней было бы регистрировать их также в качестве товарного знака.

2. Необходимым является усовершенствование системы регистрации товарных знаков, это необходимо для того, чтобы ускорить и упростить подачу документов, а также ввести нормы, которые представляют иные преимущества владельцам товарных знаков перед теми, кто использует только фирменные наименования, возможно даже налогового или рекламного характера.

3. Что же касается обладателей товарных знаков, то вопрос об их правовой защите должен быть решен путем приведения в соответствии норм о товарных знаках и фирменных наименованиях, т. е. внесение дополнений в статью ГК РФ, в которой будет отражен запрет регистрации фирменных наименований при наличии тождественного товарного знака.

4. Необходимо создать Реестр лиц, в котором бы указывались лица, которые недобросовестно используют чужие товарные знаки, с целью формирования негативной репутации соответствующих участников предпринимательских отношений и их бенефициарных владельцев.

**Теоретическая и практическая значимость** исследования заключается, прежде всего, в том, что выводы и предложения, научные положения, сформулированные магистрантом, углубляют и расширяют теорию российского гражданского права.

**Практическая значимость** результатов исследования заключается в возможности использования полученных выводов в образовательной и практической деятельности магистранта.

**Апробация результатов работы.** Основные положения, выносимые на защиту, отображены в следующих научных статьях:

1. Бобунова Е.А. Общие положения правового регулирования отношений в сфере охраны товарных знаков и знаков обслуживания по российскому законодательству // Молодой ученый. № 41 (488). 2023 г.

С. 142-146.

2. Бобунова Е.А. Способы защиты права на товарный знак и знак обслуживания по российскому законодательству // Молодой ученый. 2023. № 1 (448). С. 152-127.

**Структура работы** определена характером исследуемых в ней проблем. Исследование состоит из введения, трех глав, включающих пять параграфов, заключения и списка использованной литературы и источников.

### **Основное содержание работы**

В главе первой "**Общая характеристика законодательства о правах на средства индивидуализации в Российской Федерации**», состоящей из двух параграфов, автором раскрывается понятие, дается характеристика средств индивидуализации. Товарным знаком или знаком обслуживания является обозначение, предназначающееся для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей; представляется классификация средств индивидуализации: в зависимости от области применения, от объема прав правообладателя, в зависимости от наличия, в зависимости от основания возникновения правовой охраны.

В рамках первого параграфа «**История становления и развития российского законодательства о средствах индивидуализации**» первой главы рассмотрена история развития законодательства о товарных знаках в России. Первые российские законы о средствах индивидуализации товаров появились в России еще во времена правления царя Алексея Михайловича. В 1744 году было введено обязательное клеймение товаров российских производителей. В 1896 году товарный знак получил законодательное закрепление. В 1918 году был принят Декрет о пошлине на товарные знаки, а в 1919 году - Постановление о товарных знаках государственных предприятий. В 1922 году был издан Декрет о товарных знаках, который позволял предприятиям использовать различные знаки для отличия своих товаров. В 1936 году было принято Постановление о производственных

марках и товарных знаках. В 1962 году было принято Постановление о товарных знаках, направленное на повышение ответственности предприятий за качество продукции. В настоящее время наблюдаются тенденции к расширению правовой охраны знаков, что может снижать узнаваемость знака и смещать баланс интересов участников рынка. Оценка нематериальных активов, связанных с известными знаками, может приводить к повышению стоимости бизнеса и обеспечению конкурентных преимуществ правообладателям. Автор отмечает, что требуются доработки законодательства с целью защиты прав интеллектуальной собственности и обеспечения справедливости для всех участников гражданского оборота.

В рамках второго параграфа **«Понятие, виды, значение средств индивидуализации и их охрана»** первой главы автор констатирует, что статья 1477 части четвертой Гражданского кодекса РФ определяет товарный знак как обозначение, предназначающееся для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Товарные знаки и знаки обслуживания служат инструментом для индивидуализации товаров организаций или предпринимателей. Право на товарный знак или знак обслуживания охраняется государством и удостоверяется свидетельством. Владелец имеет исключительное право использовать и распоряжаться им, а также запрещать использование другим лицам. Защита товарных знаков может осуществляться как на территории России, так и в международном масштабе в соответствии с Мадридским соглашением. В зависимости от условий регистрации и правообладателя средства индивидуализации могут быть разделены на различные категории. Также в данном параграфе были сделаны следующие выводы:

- существуют средства индивидуализации с знаком охраны (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров) и без знака охраны (фирменные наименования, коммерческие обозначения).
- Глава IV Гражданского кодекса РФ регулирует правовой режим средств индивидуализации, включая товарные знаки и знаки обслуживания.

- Уголовный кодекс РФ предусматривает уголовную ответственность за противозаконное использование товарного знака.
- Подзаконные нормативные акты, такие как постановления Правительства и указы Президента РФ, также регулируют отношения в отношении товарных знаков и знаков обслуживания.
- Судебно-арбитражная практика имеет весомое значение в правовом регулировании товарных знаков.

В главе второй **«Защита прав владельцев товарных знаков и знаков обслуживания в Российской Федерации»**, включающей в себя три параграфа, определяется, что ввиду развития рыночной экономики нередко случаи нарушения исключительных прав правообладателя на товарный знак, как намеренные, так и непредумышленные. Формируются новые подходы к разрешению подобных споров благодаря формированию судебной практики, использованию общепризнанных национальных и международных стандартов. Автор делает вывод о том, что в целом на сегодняшний день отсутствуют единые критерии определения судебными органами размера компенсации за незаконное использование товарного знака. Это обстоятельство не позволяет правообладателю точно определить денежный эквивалент нарушения его прав другим лицом, который будет взыскан судом в виде компенсации, что, с одной стороны, затруднит оценку перспектив удовлетворения иска, а с другой - повлечет для истца риск потери сумм, уплаченных в виде госпошлины, в случае уменьшения судом размера компенсации.

В рамках первого параграфа **«Общие положения правового регулирования отношений в сфере охраны товарных знаков и знаков обслуживания по российскому законодательству»** второй главы резюмируется, что право на товарный знак - абсолютное и исключительное субъективное право. Правообладатель имеет монополию на использование зарегистрированного товарного знака. Понятие «нарушение исключительного права на товарный знак» регламентирует ГК РФ. За



нарушение исключительного права на товарный знак предусмотрены гражданско-правовая, административная и уголовная ответственность. Гражданско-правовая ответственность может включать изъятие контрафактных товаров и выплату компенсации. Антимонопольные органы также могут рассматривать нарушение исключительного права на товарный знак как акт недобросовестной конкуренции. Далее, автором приводятся следующие тезисы:

- Наличие угрозы смешения товарных знаков является ключевым обстоятельством для квалификации действий как акта недобросовестной конкуренции;

- Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации признаются за правообладателем и охраняются законом;

В рамках второго параграфа **«Способы защиты права на товарный знак и знак обслуживания по российскому законодательству»** второй главы автор пишет о следующем:

- Существуют три группы способов защиты права на товарный знак: гражданско-правовые, уголовно-правовые, административно-правовые.
- Основные виды споров, связанные с товарными знаками это неправомерная регистрация, незаконное использование, недобросовестная конкуренция.

Автором делаются выводы о том, что регистрация товарных знаков в Российской Федерации увеличилась на 30% за последние 5 лет. Гражданское законодательство неявно определяет понятие вины, в отличие от административного и уголовного законодательства. В Гражданском кодексе Российской Федерации есть только одно упоминание о вине в статье 401, которая регулирует ответственность за нарушение обязательств. ГК РФ не различает виды умысла и неосторожности для определения вины. В тексте также говорится о размере компенсации за нарушение прав и предлагается возможность снижения компенсации в определенных случаях. Право

требовать компенсацию должно быть обусловлено конкретными обстоятельствами.

В третьем параграфе **«Вопросы восстановления нарушенных прав правообладателей товарных знаков и знаков обслуживания»** второй главы автором приводится мнение А.Г. Матвеева «взыскание компенсации – это самая популярная среди мер гражданско-правовой ответственности, предусмотренных за нарушение исключительных прав. Востребованность такого способа защиты среди правообладателей обусловлена тем, что компенсация подлежит взысканию при доказанности факта правонарушения и что правообладатель, обратившийся за защитой права, освобождается от доказывания размера причиненных ему убытков (п. 3 ст. 1252 ГК РФ)». Далее резюмируется: законодатель не определил, какая стоимость должна использоваться при расчете компенсации. Суды также не имеют единой позиции по этому вопросу. Размер компенсации может быть рассчитан на основе средней отпускной цены товара. В приводимых примерах судебной практики прослеживается наиболее частое использование отпускной или оптовой стоимости товара при расчете компенсации за нарушение товарного знака.

В третьей главе магистерской работы **«Вопросы восстановления нарушенных прав правообладателей товарных знаков и знаков обслуживания»** автор приходит к заключениям: права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации могут быть отчуждены или переданы в соответствии с установленными правилами. Для передачи исключительных прав на товарный знак предусмотрены два способа: договор об отчуждении и лицензионный договор. Правообладатель может распоряжаться своим правом на товарный знак, но в рамках закона. В случае нарушения прав, заинтересованные лица имеют право на защиту согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации. Результаты интеллектуальной собственности не подвержены износу или амортизации, но могут морально устареть. Объекты интеллектуальной собственности не

могут быть вкладом в имущество хозяйственного товарищества или общества. Статья 1241 ГК РФ позволяет переход исключительного права без договора при обращении взыскания на имущество правообладателя. Взыскание на результаты интеллектуальной собственности относится к правам на объекты интеллектуальной собственности. При продаже предприятия права на фирменное наименование, товарный знак и другие средства индивидуализации могут переходить к покупателю. При банкротстве исключительные права передаются вместе с предприятием. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации включают имущественные и личные неимущественные права на интеллектуальную собственность.

В **заключении** обобщаются выводы. Законодательство о товарных знаках и знаках обслуживания взяло свое начало в 18 в. и наиболее интенсивно развивалось в советский период путем издания различных декретов и постановлений. В настоящее время все более заметны тенденции расширения правовой охраны знаков, которые приобрели известность в обороте, что нередко ведет к смещению баланса интересов участников оборота, снижает вероятность узнаваемости знака, поскольку знаком маркируются разнообразные товары и услуги одного правообладателя. Оценка нематериальных активов с учетом известных товарных знаков приводит к непомерному удорожанию бизнеса правообладателей известных знаков, обеспечивая им дополнительные конкурентные преимущества в обороте.

Товарным знаком или знаком обслуживания является обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. В настоящее время в правовой доктрине представлено множество классификаций средств индивидуализации: в зависимости от области применения, от объема прав правообладателя, в зависимости от наличия, в зависимости от основания возникновения правовой охраны и т.д.

Подвергая анализу нынешнюю, актуальную систему источников правового регулирования отношений в области правовой охраны, а также использования объектов интеллектуальной собственности, нужно отметить, что формируется 3 условных вида источников, в основание которых положены нормативно-правовые акты, имеющие характер принципиальных и общезначимых для всех институтов интеллектуальной собственности.

В России проблема защиты прав интеллектуальной собственности на товарные знаки стоит достаточно критически несмотря на то, что наш законодатель и стремится делать шаги по совершенствованию законодательства РФ.

Особенность пользования и распоряжения правами на товарные знаки и знаки обслуживания заключается в том, что предусматривается всего две формы их обращения как нематериальных объектов: предоставление и передача исключительного права.

Для того чтобы в последующих случаях избежать столкновений интересов, обладателям фирменных наименований предпочтительней было бы регистрировать их также в качестве товарного знака. Так же необходимым является усовершенствование системы регистрации товарных знаков, это необходимо для того, чтобы ускорить и упростить подачу документов, а также ввести нормы, которые представляют иные преимущества владельцам товарных знаков перед теми, кто использует только фирменные наименования, возможно даже налогового или рекламного характера. Что же касается обладателей товарных знаков, то вопрос об их правовой защите должен быть решен путем приведения в соответствии норм о товарных знаках и фирменных наименованиях, т. е. внесение дополнений в статью ГК РФ, в которой будет отражен запрет регистрации фирменных наименований при наличии тождественного товарного знака.

Отсутствие в законе общих норм, регулирующих основания ответственности гражданских правонарушений и необходимость применять

ст. 401 ГК РФ по аналогии, в некоторых случаях приводит к возникновению правовой неопределенности. В целях ее предотвращения и обеспечения более четкого регулирования ответственности за гражданские правонарушения предлагается включить в закон ясные и однозначные критерии, на основании которых будет определяться градация ответственности и соответствующие санкции. Внесение указанного предложения в законодательство позволит устранить возникновение правовой неопределенности в случаях, когда отсутствуют общие нормы по основаниям ответственности за гражданские правонарушения. Кроме того, это способствует повышению прозрачности и предсказуемости правовой системы, облегчает ее применение в актуальных ситуациях и укрепляет доверие граждан к закону и государству.

Так же необходимо создать Реестр лиц, в котором бы указывались лица, которые недобросовестно используют чужие товарные знаки, с целью формирования негативной репутации соответствующих участников предпринимательских отношений и их бенефициарных владельцев.

В ходе проведенного исследования доказательств по делам о защите нарушенных или оспоренных прав на товарные знаки установлено, что обстоятельства незаконного использования товарных знаков определяются судом на основе оценки совокупности средств доказывания, при этом суд оценивает представленные доказательства с учетом их относимости и допустимости в соответствии со статьей 71 АПК РФ.

Резюмируя небольшой экскурс в судебную практику, целесообразно сделать вывод о том, что в целом на сегодняшний день отсутствуют четкие единые критерии определения судебными органами размера компенсации за незаконное использование товарного знака. Это обстоятельство не позволяет правообладателю точно определить денежный эквивалент нарушения его прав другим лицом, который будет взыскан судом в виде компенсации, что, с одной стороны, затруднит оценку перспектив удовлетворения иска, а с другой - повлечет для истца риск потери сумм, уплаченных в виде госпошлины, в случае уменьшения судом размера компенсации.

