
Ж. Акопова

аспирантка Международного Института Управления МГИМО(У) МИД РФ

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Товарный знак – изобретенный людьми способ выделения своего товара из ряда аналогов путем нанесения некоего, только ему присущего обозначения, оказался востребованным только на достаточно высоком этапе развития рыночных отношений.

В статье Ж. Акоповой прослеживается возникновение и эволюция товарного знака и его правовое регулирование.

Ключевые слова: правовое регулирование, товарный знак, эволюция товарного знака.

J. Akopova

*applicant, International Institute of Administration,
MGIMO (University) under the Ministry of Foreign Affairs of Russia.*

THE ORIGIN AND LEGAL REGULATION OF TRADEMARKS

Trademark is a method invented by people to identify and single out their goods of similar goods by marking them with a certain unique sign (mark) which proved to be in demand only at the highest stage of market relations development. The article by J. Akopova focuses on the origin, evolution (development) and legal regulation of trademarks.

Key words: legal regulation, trademark, evolution (development) of trademarks.

Товарный знак – изобретенный людьми способ выделения своего товара из ряда аналогов путем нанесения некоего, только ему присущего обозначения, оказался востребованным только на достаточно высоком этапе развития рыночных отношений. Однако уже на исходе каменного века человек применял клеймение добытых животных, их шкур, а также других предметов, которое можно считать предшественником всех современных средств индивидуализации товаров.

История товарных знаков уходит в века и точно зафиксировать дату появления первых товарных знаков не представляется возможным,

но примерно с 5000 г. до н. э. человечество начинает массовое по тем временам производство и продажу глиняной посуды. Именно на этой посуде и появились обозначения, которые в наше время классифицируются как товарные знаки.¹

Еще более широкое распространение получили товарные знаки в средние века, когда возникли первые гильдии ремесленников и купцов. Каждый ремесленник отвечал за качество производимого им товара и потому ставил на него свое клеймо (товарный знак).

Появление постоянных товарных рынков, начавших играть важнейшую роль в жизни населения, включило механизм конкурентных отно-

¹ Петров И. А. Охрана товарных знаков в Российской Федерации: учебно-практическое пособие. М.: Дело, 2002г.

шений между производителями однородных товаров, что, в свою очередь, вызвало потребность в их более совершенной производственной маркировке. Немалую роль в этом процессе сыграло появление письменности, что немедленно отразилось на характере и возможностях этой маркировки.

В Западной Европе регулярная маркировка изделий была введена в начале 18 века. К этому времени она стала выполнять не только различительную функцию, обеспечивающую выделение товара среди подобных и указание на конкретного производителя, но и функцию юридической защиты производителя от недобросовестной конкуренции.²

Вместе с тем необходимо отметить, что в 18 веке практика применения знаков даже в европейских государствах не сопровождалась еще достаточным правовым регулированием со стороны властей. Государственная поддержка в виде предоставления предпринимателям правовой охраны, введения уголовной и гражданской ответственности за несанкционированное использование чужих знаков в полной мере проявилась только в 19 веке, когда в ряде ведущих европейских государств были приняты законы, регламентирующие правовую охрану товарных знаков.

В российском законодательстве первое упоминание о клеймении продукции содержалось в «Новоторговом уставе», изданном при царе Алексее Михайловиче, а выделение товарного знака из общего понятия клейма началось в 1744 г., когда по предложению Мануфактур – коллегии был издан первый русский правительственный Указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными знаками, чтобы можно было отличить их друг от друга.

В 1896 г. был принят новый Закон «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)», в соответствии с которым, товарный знак приобрел самостоятельное значение как средство индивидуализации продукции конкретных товаропроизводителей, окончательно выделившись из массы клейм. Данный закон вполне соответствовал торгово-промышленным отношениям развивающегося капиталистического государства.

15 августа 1918г. был принят Декрет СНК

РСФСР «О пошлине на товарные знаки», который предполагал продолжающееся действие дореволюционного законодательства в сфере товарных знаков и был издан лишь в дополнение прежних нормативных актов.

Переход к нэпу стимулировал развитие товарных отношений в стране. Поэтому именно тогда появились первые наиболее полные нормативные акты о товарных знаках послереволюционного периода. Основным документом, затронувшим широкий круг вопросов, связанных с товарным знаком, явился декрет СНК РСФСР «О товарных знаках», от 10 ноября 1922г. Декрет определил, что промышленные и торговые предприятия как государственные, так и частные, могут отмечать внешним знаком свои товары при их выпуске или сбыте и единолично пользоваться им для отличия своей продукции от всей прочей. 7 марта 1936г. было принято постановление ЦИК и СНК СССР «О производственных марках и товарных знаках», согласно которому наличие товарного знака не освобождало предприятие от необходимости снабжать выпускаемую продукцию производственной маркой. Таким образом, впервые в нашей стране было введено обязательное клеймение товаров производственными марками.

Правовые нормы, связанные с использованием и регистрацией товарных знаков, следовало привести в соответствие с международными соглашениями, к которым присоединился СССР (с 1965 г. СССР стал членом Парижской конвенции по охране промышленной собственности, а с 1967 г. — членом ВОИС), поэтому 8 января 1974 г. Госкомизобретений СССР утвердил Положение о товарных знаках, которое, хотя и модернизировало действующие правила, но принципиальных изменений в правовой режим товарных знаков не внесло.

3 июля 1991 г. был принят Закон СССР «О товарных знаках и знаках обслуживания». Однако данный нормативный акт в силу так и не вступил в связи с распадом СССР, несмотря на то, что он был весьма прогрессивным документом по сравнению с прежним законодательством (разрабатывался с учетом требований рыночной экономики, положений международных конвенций). Основные нормы указанного документа впоследствии (после распада СССР) были вос-

² Петров И. А. Охрана товарных знаков в Российской Федерации: учебно-практическое пособие. М.: Дело, 2002г.

приняты российским законодательством о товарных знаках, в первую очередь Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров» от 23 сентября 1992г. (далее – Закон о товарных знаках).

Однако 1 января 2008г. вступила в силу четвертая часть Гражданского кодекса Российской Федерации, отменившая собой Закон о товарных знаках.

Праву на товарный знак и праву на знак обслуживания посвящен § 2 главы 76 ГК РФ. Так, на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (ст. 1481 ГК РФ). Таким образом, само понятие "товарный знак" не претерпело изменений по сравнению с ранее действовавшим законодательством.

Что касается знаков обслуживания, то они используются для индивидуализации выполняемых юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями работ и оказываемых услуг (п. 2 ст. 1477 ГК РФ). В указанной норме также сказано, что правила ГК о товарных знаках применяются и к знакам обслуживания. То есть товарные знаки и знаки обслуживания объединены в один объект. Поэтому для удобства термин "товарные знаки" используется законодателем и в отношении знаков обслуживания.³

Очень часто товарные знаки называют торговой маркой. Словосочетание "торговая марка" является буквальным переводом английского слова "trademark". Слово "mark" в переводе с английского имеет несколько значений - знак, отметка, торговая марка. В официальных документах Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) используется термин "trademark". А, например, в англоязычном варианте Мадридского соглашения о международной регистрации знаков - слово "mark". Таким образом, словосочетания "товарный знак", "торговая марка", а также слово "бренд" (англ. brand - товарный, торговый, фирменный знак) являются, по сути, синонимами и могут употребляться в одном и том же смысловом значении - товарный

знак.

Правила, касающиеся самих товарных знаков как объектов правовой охраны, каких-либо существенных изменений не претерпели. Легальное определение самого товарного знака в очередной (четвертый по счету за последние 15 лет!) раз изменилось, однако не очень существенно. Согласно пункту 1 статьи 1477 ГК РФ товарным знаком отныне будет считаться обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. Новыми моментами в этом определении являются, во-первых, отграничение товарных знаков от знаков обслуживания, предназначенных для индивидуализации работ и услуг; во-вторых, указание на то, что обладателем исключительных прав на товарный знак может быть не любое физическое лицо, а лишь индивидуальный предприниматель.⁴ Виды товарных знаков, выделяемые как по форме их выражения (словесные, изобразительные, объемные и др.), так и по иным основаниям (общеизвестные и коллективные товарные знаки), а также особенности их правовой охраны, остались вообще без изменений.

В п.8 ст. 1483 ГК РФ говорится о том, что «не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименований или обозначений) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака». В этой норме два новых момента. Во-первых, в отличие от Закона о товарных знаках указывается не только на недопустимость тождества обозначений, регистрируемых в качестве товарного знака, названным объектам, но и сходства с ними до степени смешения. Это незначительное, на первый взгляд, уточнение является в действительности очень важным, поскольку а) между товарными знаками и этими объектами чаще всего имеется сходство, а не тож-

³ Рузакова О.А. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. М.: Экзамен, 2007.

⁴ Сергеев А.П. Новации в законодательстве о средствах индивидуализации: шаг вперед или новый повод для судебных конфликтов?//Арбитражные споры, 2007г., №3.

дество и б) такое решение в большей степени соответствует смыслу и целям законодательства о средствах индивидуализации.

Во-вторых, перечень объектов, тождество и сходство с которыми до степени смешения является недопустимым, пополнился за счет коммерческих обозначений и наименований селекционных достижений. Это решение, разумеется, является верным, но отнюдь не самым оптимальным. Дело в том, что правовой охраной в Российской Федерации, наряду с перечисленными в пункте 8 статьи 1483 ГК РФ объектами, пользуются также некоторые иные средства индивидуализации, в частности, названия лекарственных средств, морских и речных судов, средств массовой информации, некоторых изобретений и т.д. Поэтому более правильным было указание в названной норме в абстрактной форме на недопустимость тождества и сходства до степени смешения обозначений, регистрируемых в качестве товарных знаков, с любыми объектами интеллектуальной собственности, права на которые возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Некоторые изменения произошли в регламентации прав и обязанностей правообладателей товарных знаков. Прежде всего, по-новому сформулирована статья, раскрывающая содержание исключительного права на товарный знак (статья 1484 ГК РФ). Чисто внешне она напоминает статью 4 Закона о товарных знаках, имевшую такое же название. Однако, если в последней содержание исключительного права на товарный знак раскрывалось лишь косвенно - через запрет на совершение определенных действий, адресованный третьим лицам, то статья 1484 ГК РФ прямо определяет те действия, которые вправе совершать лишь сам обладатель исключительного права на товарный знак. Это, на первый взгляд, не очень значительное изменение в действительности влечет за собой очень серьезные практические последствия.

Во-первых, в законе, наконец, появилась норма, которая прямо раскрывает правовые возможности обладателя исключительного права на товарный знак, что, конечно, можно только приветствовать. При этом из закона следует, что круг очерченных им возможностей правообладателя является лишь примерным, с чем тоже следует

согласиться.

Во-вторых, из указанной статьи, особенно с учетом ее систематического толкования в совокупности со статьей 1486 ГК РФ, явно прослеживается стремление расширить понятие "использование товарного знака". Если ранее им по общему правилу считалось лишь применение его на товарах, для которых он зарегистрирован, и (или) их упаковке (лишь в исключительных случаях при наличии уважительных причин использованием товарного знака могло быть признано применение его в рекламе, печатных изданиях, на официальных бланках и пр., то сейчас полноценными видами использования товарного знака становятся его размещение на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот, в предложениях о продаже товаров, в объявлениях, на вывесках и в рекламе, в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации, за исключением случаев, когда соответствующие действия не связаны непосредственно с ведением товара в гражданский оборот.⁵

Нельзя сказать, что данное решение представляется однозначным, поскольку существенно расширяет возможности злоупотребления правом на товарный знак.

Праву охраны товарного знака в отличие от ранее действовавшего законодательства посвящена отдельная статья (ст. 1485 ГК РФ). Правообладатель для оповещения о своем исключительном праве на товарный знак вправе использовать знак охраны, который помещается рядом с товарным знаком, состоит из латинской буквы "R" или латинской буквы "R" в окружности либо словесного обозначения "товарный знак" или "зарегистрированный товарный знак" и указывает на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, охраняемым на территории РФ.

Согласно статье 1486 ГК РФ правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение любых трех лет после его государственной регистрации. Заявление о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования может быть подано заинтересован-

⁵ Сергеев А.П. Новации в законодательстве о средствах индивидуализации: шаг вперед или новый повод для судебных конфликтов?// Арбитражные споры, 2007г., №3.

ным лицом в палату по патентным спорам по истечении указанных трех лет при условии, что вплоть до подачи такого заявления товарный знак не использовался.

В этой связи в Кодексе дается несколько иное по сравнению с ранее действовавшим законодательством понятие использования товарного знака. Так, использованием товарного знака признается его использование правообладателем или лицом, которому такое право предоставлено на основании лицензионного договора, либо другим лицом, осуществляющим использование товарного знака под контролем правообладателя, при условии, что использование товарного знака осуществляется в соответствии с пунктом 2 статьи 1484 ГК РФ, за исключением случаев, когда соответствующие действия не связаны непосредственно с введением товара в гражданский оборот, а также использование товарного знака с изменением его отдельных элементов, не влияющим на его различительную способность и не ограничивающим охрану, предоставленную товарному знаку.⁶

Сроку действия исключительного права на товарный знак посвящена статья 1491 ГК РФ. Ранее использовалось понятие "срок действия регистрации". Исключительное право на товарный знак действует в течение десяти лет со дня подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Срок действия исключительного права на товарный знак может быть продлен на десять лет по заявлению правообладателя, поданному в течение последнего года действия этого права. Продление срока действия исключительного права на товарный знак возможно неограниченное число раз. По ходатайству правообладателя ему может быть предоставлено шесть месяцев по истечении срока действия исключительного права на товарный знак для подачи указанного заявления при условии уплаты пошлины. Запись о продлении срока действия исключительного права на товарный знак вносится федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности в Государственный реестр товарных знаков и в свидетельство на товарный знак.

Новой является статья 1496 ГК РФ, посвященная последствиям совпадения дат приоритета товарных знаков. Если заявки на тождественные товарные знаки в отношении совпадающих полностью или частично перечней товаров поданы разными заявителями и эти заявки имеют одну и ту же дату приоритета, заявленный товарный знак в отношении товаров, по которым указанные перечни совпадают, может быть зарегистрирован только на имя одного из заявителей, определяемого соглашением между ними. Если заявки на тождественные товарные знаки в отношении совпадающих полностью или частично перечней товаров поданы одним и тем же заявителем и эти заявки имеют одну и ту же дату приоритета, товарный знак в отношении товаров, по которым указанные перечни совпадают, может быть зарегистрирован только по одной из выбранных заявителем заявок. Если заявки на тождественные товарные знаки поданы разными заявителями, они должны в течение шести месяцев со дня получения от федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности соответствующего уведомления сообщить в этот федеральный орган о достигнутом ими соглашении о том, по какой из заявок испрашивается государственная регистрация товарного знака. В течение такого же срока должен сообщить о своем выборе заявитель, подавший заявки на тождественные товарные знаки.

Если в течение установленного срока в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности не поступит указанное сообщение или ходатайство о продлении установленного срока, заявки на товарные знаки признаются отозванными на основании решения такого федерального органа.

В виду того, что IV часть ГК РФ вступила в силу сравнительно недавно, то говорить об эффективности нововведений еще рано. Представляется, что вопросы каких-либо несоответствий и пробелов будут решать суды, которые в свою очередь должны учитывать основные цели законодательства о средствах индивидуализации и не создавать дополнительные проблемы для добросовестных участников гражданского оборота и лазейки для нарушителей.

⁶ Кайль А.Н. Комментарий к части IV ГК РФ. Правовая охрана интеллектуальной собственности. М., 2007