

УДК 347.77

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ

© Ещенко В.А., Рузанова В.Д.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: victoria24992@gmail.com

Многие теоретики и практики отмечают недостаточность правового регулирования коммерческих обозначений, хотя они используются для индивидуализации предприятий любой сферы деятельности. Именно повсеместная распространенность коммерческих обозначений и недостаточность правового регулирования обуславливают актуальность выбранной темы, ведь нехватка должных разъяснений приводит к тому, что зачастую правообладатели коммерческих обозначений оказываются в невыгодном положении по сравнению с правообладателями товарных знаков. Соответственно, целью исследования стало выявление основных характеристик коммерческого обозначения как самостоятельного средства индивидуализации, рассмотрение теоретических и практических проблем, возникающих при анализе понятия коммерческого обозначения [1–3].

При проведении исследования применялись общенаучные методы, такие как описательный, исторический, системно-структурный и некоторые другие. Кроме того, использовались и присущие юридической науке методы диалектики и компаративистики, формально-юридический и историко-юридический методы.

Несмотря на отсутствие единого понятия, статьи ГК РФ, посвященные коммерческому обозначению, содержат условия возникновения исключительного права на коммерческое обозначение. Проанализировав указанные характеристики, мы пришли к выводу о том, что формулирование единого понятия коммерческого обозначения не требуется, поскольку указанных признаков вполне достаточно для понимания общей сути категории коммерческого обозначения.

Для возникновения права на коммерческое обозначение необходимо наличие специального объекта индивидуализации – предприятия, наличие у обозначения достаточных различительных признаков, употребление обозначения является известным в пределах определенной территории [4–6].

Судебная практика исходит из того, что для момента возникновения исключительного права на коммерческое обозначение не требуется обязательной регистрации предприятия в качестве объекта недвижимости, а известность в пределах определенной территории означает известность обозначения потребителям в пределах любой местности, где предприятие может быть известно в силу распространения информации о нем, не ограничиваясь лишь местностью, где расположено предприятие.

Особенностью коммерческих обозначений является отсутствие необходимости государственной регистрации этого средства индивидуализации. Эта особенность вызывает проблемы в процессе доказывания возникновения исключительного права на коммерческое обозначение. Для упрощения процесса доказывания некоторые ученые, в частности А.Д. Кудakov, предлагают ввести процедуру регистрации коммерческих обозначений.

На наш взгляд, такие предложения не согласуются с сутью явления коммерческого обозначения, поскольку права на него возникают, уже исходя из самого факта использования. Введение обязательной регистрации коммерческих обозначений означало бы возврат к состоянию незащищенности обозначений вышеуказанных

субъектов, а именно это означало бы, что в привилегированном положении находился бы любой (даже недобросовестный) субъект, подавший заявку на товарный знак, тождественный или сходный до степени смешения с незарегистрированным коммерческим обозначением, даже если это самое коммерческое обозначение начало использоваться раньше [7; 8].

Для наиболее успешной защиты прав правообладателей считаем необходимым сформулировать следующие рекомендации. Для подтверждения момента возникновения исключительного права на коммерческое обозначение правообладатель может воспользоваться услугами нотариуса и зафиксировать юридический факт начала момента использования обозначения, а также в дальнейшем сохранять любые документы, которые потенциально могут быть доказательствами использования обозначения. Кроме того, правообладатель может воспользоваться правом включения коммерческого обозначения в учредительный документ.

Библиографический список

1. Верховетов М.А. О новых возможностях правового регулирования коммерческих обозначений // Марийский юридический вестник. 2016. № 2 (17). С. 59–62.
2. Верховетов М.А. О соотношении прав на коммерческие обозначения и иные средства индивидуализации // Марийский юридический вестник. 2015. № 1 (12). С. 105–111.
3. Гаврюшкин С.Н. Коммерческое обозначение как объект интеллектуальной собственности: особенности правовой природы, отличия от других средств индивидуализации и проблемы судебной защиты исключительных прав // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2020. № 27. С. 66–73.
4. Зенин И.А. Право интеллектуальной собственности: в 2 ч. Ч. 1: учебник для вузов. 10-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 318 с.
5. Нагаев С.В. Понятие коммерческого обозначения // Проблемы экономики и юридической практики. 2011. № 1. С. 63–64.
6. Новоселова Л.А. [и др.]. Право интеллектуальной собственности: учебник для вузов / под ред. Л.А. Новоселовой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2020. 343 с.
7. Клочун Т.Г. Исключительное право на коммерческое обозначение в Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Клочун Татьяна Геннадьевна. М., 2007. С. 29.
8. Ожева З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение в предпринимательском праве Российской Федерации: проблемы теории и практики: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Ожева Зара Руслановна. М., 2013. С. 34.