

2 Гавриленко, В.А. Третейское разбирательство споров как гарантия защиты прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности. // В.А. Гавриленко / автореферат диссертации ... кандидата юридических наук. – СПб. – 2006. – С. 6.

3 Гавриленко, В.А. Третейское разбирательство споров // В.А. Гавриленко / учебное пособие. – Великий Новгород. – 2007 – С. 8.

4 Gavrilenko, V. Recognition and execution of foreign arbitral awards in Russian Federation / V. Gavrilenko // Экономика глазами молодых : материалы IX Международного экономического форума молодых ученых, (Минск, 16-17 сентября 2016 года) / [редкол.: Г.А. Короленок и др.]; М-во образования Респ. Беларусь, УО «Белорус. гос. экон. ун-т», Совет молодых ученых БГЭУ. – Минск : БГАТУ, 2016. – С. 68–72.

**УДК 347.77**

*П.А. Замбрижская*

*Белорусский государственный экономический университет*

*Республика Беларусь, Минск*

*zambrik@mail.ru*

## **ТОВАРНЫЙ ЗНАК И ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ: ГЕНЕЗИС И СУЩНОСТЬ**

*Zambryzhyskaya P. Belarus State Economic University, Republic of Belarus, Minks.*

**GENESIS AND ESSENCE OF TRADEMARK.** This article will focus on the essence of trademark is, its economic and legal properties, and the role it plays in commercialization.

**KEYWORDS:** trademark; trademark protection; commercialization.

*В данной статье уделено особое внимание тому, что есть товарный знак и знак обслуживания, отражены его сущностные признаки и определена его роль в коммерциализации.*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** товарный знак; защита товарного знака; коммерциализация.

Формирование и развитие понятия товарный знак (далее – ТЗ) происходило в несколько этапов, с XIII в. и по сегодняшний день.

Самыми первыми прообразами ТЗ можно назвать тамги, а с развитием ремесла и торговли в связи с необходимостью обозначения производителей товаров стали использоваться и клейма. Изображение, нанесенное на товар, – «клеймо» также служило свидетельством того, что товар изготовлен с соблюдением установленных правил под контролем профессиональной корпорации [1, с. 4].

В средние века появился первый законодательный акт, который некоторые исследователи рассматривают как прообраз закона о ТЗ: акт, касающийся знаков на хлебе, принятый в Англии в 1266 г. Также в Англии в 1300 г. был принят закон, запрещающий продавать золотые и серебряные изделия без специального клейма, гарантирующего качество товара [2, с. 3].

Следует отметить, что до этапа развития промышленного производства товаров ТЗ как объект отношений, регулируемых правовыми нормами в практике законодательства зарубежных стран, практически не рассматривался. Как отмечает В.М. Мельников, появлению законов о ТЗ предшествовала судебная практика. В Англии именно судебной практикой были выработаны средства защиты, применяемые производителями против незаконного использования клейм и иных знаков идентификации. В качестве примера можно привести решение Королевского суда Англии 1656 г. по делу «Southern vs Ного» о правах на знак для маркировки одежды [2, с. 3]. В 1723 г. в Англии был издан юридический словарь, который содержал понятия ТЗ и нарушение прав на ТЗ [2, с. 5].

В Германии регулярная маркировка изделий была введена в 1723 г. в отношении продукции гончарного ремесла, когда Мейсенская фабрика объявила клеймом для своих изделий сочетание букв «KPM», представляющих собой акроним словосочетания «Konigliche Porzellan Manufactur» (Королевская фарфоровая мануфактура) и изображение священных мечей, являющееся элементом герба Саксонии [3, с. 15].

ТЗ приобрели свое современное значение со второй половины XIX в. С появлением массового производства товаров и ростом объемов торговли возникла необходимость их идентификации, т.е. получения дополнительных названий к их «естественным наименованиям». Усилились копирование и подделка товаров. Так, в 1857 г. был принят первый специальный закон о ТЗ во Франции, который положил начало постепенному принятию европейских актов,

содержащих упоминания о ТЗ. К концу XIX в. в большинстве промышленно развитых стран существовало законодательство о ТЗ, а также был создан механизм их международной охраны. Основные правовые акты, регулирующие современные вопросы охраны ТЗ были приняты в конце XX в.

В таблице выделены основные периоды исторического развития законодательства и закрепления теоретических основ о ТЗ, а также определены характерные особенности каждого из них.

**Таблица – Периоды исторического развития законодательства о ТЗ**

Период	Особенности
XIII – XV	Принятие первого в мире законодательного акта, касающегося знаков на хлебе (Англия, 1266 г.). Постепенное принятие в европейских странах актов, содержащих упоминания о клеймах. Использование знаков в США для идентификации товаров особого качества фермеров.
XVI – XVII	Вынесено первое решение по делам охраны знаков (Королевский суд Англии, 1656 г., дело «Southern vs Ноко»), спор о правах на знак для маркировки одежды). Принятие первого законодательного акта в России в 1667 г. (Новоторговый устав, 22.04.1667), предусматривающего правовые нормы в части использования клейм изготовителей для обозначения товаров.
XVIII	Введение обязательной регулярной маркировки изделий в отношении продукции гончарного ремесла (Германия, 1723 г., Мейсенская фабрика, «КРМ»), в отношении производства фарфора (Франция, 1766 г.). Принятие первого Указа «Об обязательном клеймении товаров» (Россия, 1774 г.).
XIX	Принятие закона «О товарных клеймах» в Российской империи (1830 г.), обязывающего владельцев фабрик клеймить свои изделия, за подделку предполагалось наказание. Появление понятия «товарный знак» и его законодательное закрепление (Франция – 1857 г.; Австро-Венгрия – 1858 г.; Италия – 1868 г.; США – 1881 г.; Англия – 1883 г.; Германия – 1894 г.; Российская империя – 1896 г.). Принятие Парижской конвенции 1883 г. и Мадридского соглашения о международной регистрации знаков 1891 г. для урегулирования отношений на международном уровне. Зарегистрированы первые товарные знаки.
XX	Закрепление охраны товарных знаков на законодательной основе в Европе, США, странах СНГ (Германия – Закон о товарных знаках 1994 г.; Франция – Закон о Кодексе интеллектуальной собственности Франции 1994 г.; Великобритания – Закон о товарных знаках 1994 г.; США – Закон о товарных знаках 1995 г.; Беларусь – Закон «О товарных знаках и знаках обслуживания» 1993 г.). Использование товарных знаков в качестве инструмента правовой охраны производимой продукции.
XXI	Закрепление охраны товарных знаков на законодательной основе региональных объединений. Товарный знак приобрел особое значение в развитии бизнеса, повышении конкурентоспособности, защиты продукции на международных рынках.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [2-4].

На протяжении всего периода развития законодательства о средствах индивидуализации и в доктрине, и в самих актах законодательства существовали различные подходы в определении ТЗ. Большинство авторов при изучении сущности ТЗ ограничиваются раскрытием данного понятия с правовой точки зрения. Так, труды А.Н. Адуева, В.М. Сергеева, Г. Боденхаузена, А.П. Рабец, А.К. Шульги, Р.Г. Кононенко посвящены правовой основе отношений охраны и использования ТЗ. А.П. Рабец определял ТЗ как обозна-

чение, удовлетворяющее предъявляемым законодательством требованиям новизны и различительного характера и зарегистрированное в установленном порядке с целью индивидуализации конкретного юридического и физического лица среди однородных товаров юридических и физических лиц [5, с. 49].

В целом, чтобы стать ТЗ (объектом правовой охраны), обозначение, по мнению юристов, должно иметь следующие существенные признаки [6, с. 25-35]:

- быть условным символическим обозначением;
- обладать новизной;
- обладать различительной способностью (т.е. индивидуализировать товар);
- быть зарегистрированным.

Прежде всего, ТЗ признается условное обозначение, т.е. символ, который помещается на выпускаемой продукции, ее упаковке или сопроводительной документации.

Существенным признаком ТЗ является его новизна, т.е. необходимо изображение или иной символ, который ранее не использовался и не был зарегистрирован для обозначения именно тех классов товаров, которые собирается вводить в гражданский оборот заявитель. При этом для регистрации ТЗ, в основном, закреплен принцип относительной новизны условных обозначений.

Признак новизны тесно связан с таким необходимым признаком как наличие в регистрируемом ТЗ различительной способности [6, с. 28]. Одним из важных существенных признаков является следующее: обозначение может считаться ТЗ лишь тогда, когда оно в установленном законом порядке зарегистрировано.

В свою очередь, ученые Г.Ф. Шершеневич, С.И. Раевич, В.И. Мухопад, Ю.А. Громов подчеркивали экономическую составляющую ТЗ. По мнению Ю.А. Громова «товарный знак – важный инструмент рыночной экономики, важный компонент маркетинга, средство индивидуализации товаропроизводителей, производимой ими продукции, выполняемых работ и оказываемых услуг» [7, с. 323]. Несмотря на многообразие определений, в большинстве из них отражается сущностная характеристика ТЗ как наиболее эффективного средства индивидуализации, используемого участниками гражданских правоотношений, для того чтобы отличать свои товары (работы, услуги) от аналогичных товаров (работ, услуг) других лиц.

Специалисты ВОИС придерживаются комплексного подхода и дают следующую информацию: «... Товарный знак предоставляет владельцу знака охрану в виде исключительного права на пользование знаком для идентификации его товаров и услуг среди прочих или на предоставление такого права другому лицу в обмен на вознаграждение... В более широком смысле, использование товарных знаков способствует развитию инициативы и предпринимательства во всем мире, принося их владельцам признание и материальную выгоду. Охрана товарных знаков также препятствует попыткам осуществлять недобросовестную конкуренцию, в частности, использованию сходных до степени смешения или поддельных товарных знаков в целях сбыта товаров и услуг более низкого качества, или не соответствующих оригинальному знаку по другим показателям...».

Мной понятие ТЗ отнесено к числу междисциплинарных научных понятий, так как наблюдается неразрывность правовых и экономических аспектов. С одной стороны, ТЗ – объект правового регулирования, с ними связана развитая область национального законодательства и международного права. С другой – он имеет экономические функции, выражает систему стимулов и интересов, а реализация прав на ТЗ осуществляется в рыночном обороте.

На сегодняшний день актуальность приобретает коммерциализация ТЗ. Предприятия, использующие данный процесс, имеют следующие конкурентные преимущества [8, с. 417–419]:

- обеспечение на законных основаниях монополии правообладателей и лицензиатов на международном и национальных рынках продукции и услуг, что позволяет обеспечивать максимальные объемы продаж, высокие цены, наибольшую прибыль из-за приверженности покупателей;
- возможность избегать введения ограничений, связанных с применением антимонопольного законодательства на территории стран действия охранных документов. Существующее в разных странах антимонопольное законодательство, а также законы о недобросовестной конкуренции не распространяются на монопольные преимущества при использовании средств индивидуализации;
- повышение деловой репутации и имиджа предприятия, что способствует превращению ТЗ в бренды и росту стоимости предприятий за счет нематериальных активов;

– использование новых форм предпринимательской деятельности, таких как франчайзинг, производственная кооперация на лицензионной основе, создание совместных предприятий, что имеет дополнительный экономический эффект.

Результаты проведенного исследования свидетельствуют об отсутствии единого подхода к трактовке понятия ТЗ, а также позволяют отнести его к числу междисциплинарных. Для наиболее точного определения данного понятия ниже выделены существенные признаки ТЗ:

– является объектом интеллектуальной собственности и находится в сфере правового регулирования интеллектуальной собственности;

– является средством индивидуализации товаров (услуг);

– является результатом интеллектуальной деятельности, на который установлено исключительное право;

– является условным символическим обозначением, индексальным и иконическим знаком, воплощенным в материальных носителях, доступных восприятию человека;

– имеет нематериальную природу;

– размещается на самом товаре, на упаковке или сопроводительной документации;

– предназначен исключительно для коммерческого использования в предпринимательской деятельности;

– обладает срочным характером охраны и использования;

– неподвержен физическому износу;

– способен быть предметом сделки (отчуждаем);

– теряет свое правовое и экономическое значение отдельно от товара (услуги).

Исходя из рассмотренных выше правовых и экономических особенностей, а также выделенных существенных признаков, товарный знак (знак обслуживания) – имеющее правовую охрану обозначение, используемое в предпринимательской деятельности для индивидуализации и защиты производимых товаров (услуг).

Литература:

1 Лосев, С.С. Научно-практический комментарий к Закону Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «Юр-

Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014. – Дата доступа: 14.08.2019.

2 Мельников, В.М. Товарные знаки за рубежом в канун XXI века / В.М. Мельников. – М., 2002. – 300 с.

3 Городов, О.А. Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мет происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения / О.А. Городов. – М.: Волтерс Клувер, 2006. – 448 с.

4 Панкова, М.Н. Товарный знак в международном частном праве: виды и особенности регулирования: дис. ... канд. юр. наук: 12.00.03 / М.Н. Панкова – Москва, 2012. – 158 л.

5 Рабец, А.П. Правовая охрана товарных знаков в России: современное состояние и перспективы / А.П. Рабец. – СПб, 2003. – 340 с.

6 Сергеев, А.П. Право на фирменное наименование и товарный знак / А.П. Сергеев. – СПб, 1995. – 73 с.

7 Громов, Ю.А. Защита и коммерциализация интеллектуальной собственности / Ю.А. Громов. – М.: Экономика, 2003. – 573 с.

8 Мухопад, В.И. Коммерциализация интеллектуальной собственности / В.И. Мухопад. – М.: Магистр: Инфра-М, 2016. – 510 с.

**УДК 346.57**

*А.Ю. Игнаatenko*  
*Могилевский институт МВД Республики Беларусь*  
*Республика Беларусь, Могилев*  
*ignatenko\_5\_99@mail.ru*

**ИНСТИТУТ БАНКРОТСТВА ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА:  
ОСОБЕННОСТИ ЭВОЛЮЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*Ignatenko A.Y. Mogilev Institute of the Ministry of the Interior Republic of Belarus, Mogilev.*

**THE INSTITUTE OF THE BANKRUPTCY OF A PHYSICAL PERSON:  
THE PECULIARITIES OF EVOLUTION AND PROSPECTS OF  
DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS.** The article presents a historical analysis of the evolution of the legal regulation of the institution of bankruptcy