

---



## ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ



---

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5084578>

УДК 347.772

**Алексеева Е.В.**

*Алексеева Елена Викторовна*, юрисконсульт ООО «Программный продукт», Россия, 121096, г. Москва, ул. Василисы Кожиной, 1. E-mail: [alekseeva132@lenta.ru](mailto:alekseeva132@lenta.ru).

### **Различительная способность товарного знака, как основание для его правовой охраны**

**Аннотация.** В работе детально рассмотрено различительное свойство товарного знака, которое выступает одним из признаков для его правовой охраны и реализуется в двух направлениях, а именно вызывает у потребителя ассоциации с товаром и предопределяет у него ассоциацию с конкретным товаром. Различительная способность идентифицирует товар и может быть выражена, как словесным описанием, так и циферно-знаковым. В статье также рассмотрена правовая охрана товарного знака, его содержание. Так, правовая охрана товарного знака начинается с момента его государственной регистрации в Роспатенте, посредством внесения сведений о нем в государственный реестр товарных знаков. В целях правовой защиты товарного знака срок его действия после первоначальной регистрации продлевается посредством подачи соответствующего заявления. Обладателю товарного знака также принадлежат распорядительные права, например, право передачи, продажи и др. Содержание товарного выражается в его использовании посредством размещения на товарах либо его упаковках. В заключении работы сделаны выводы по теме исследования.

**Ключевые слова:** охрана товарного знака, различительная способность, регистрации товарного знака, Роспатент, средство индивидуализации, товарный знак, товар.

**Alekseeva E.V.**

*Alekseeva Elena Viktorovna*, legal adviser, Program Product LLC, Russia, 121096, Moscow, st. Vasilisa Kozhina, 1. E-mail: [alekseeva132@lenta.ru](mailto:alekseeva132@lenta.ru).

### **Distinctive ability of a trademark as a basis for its legal protection**

**Abstract.** The article considers in detail the distinctive property of a trademark, which acts as one of the features for the legal protection of a trademark and is implemented in two directions, namely, it causes the consumer to associate with the product and predetermines his association with a specific product. Distinctive ability identifies a product and can be expressed both in verbal expression and in digital-sign. The article also discusses the legal protection of a trademark, its content. Thus, the legal protection of a trademark begins from the moment of its state registration in Rospatent, by entering it into the corresponding state register of

trademarks. In order to protect a trademark, its validity period after the initial registration is extended by filing a corresponding application. The owner of a trademark also owns administrative rights, for example, the right to transfer, sell, etc. The content of a trademark is expressed in its use by placing it on goods or its packaging. At the end of the article, conclusions are drawn on the research topic.

**Key words:** trademark protection, distinctive ability, trademark registration, Rospatent, means of individualization, trademark, product.

Современные активно развивающиеся рыночные отношения обуславливают необходимость идентификации и правовой защиты производимых товаров. Достаточно распространенным средством индивидуализации товаров является товарный знак, под которым подразумевается определенное обозначение, служащее для индивидуализации юридического лица, индивидуального предпринимателя или какого-либо товара. Товарный знак может быть представлен в виде графического, звукового, объемного или иного обозначения [5, С. 56].

Различительная способность товарного знака, как одного из оснований для правовой охраны средств индивидуализации представляет особый исследовательский интерес. Различительная способность товарного знака проявляется в двух основных направлениях, во-первых, она вызывает у потребителя определенные ассоциации с товаром, во-вторых, предопределяет у него ассоциацию с конкретным товаром. Различительная способность товарного знака не тождественна оригинальности его обозначения. Это проявление его индивидуальности [9, С. 139].

Господствует предположение, согласно которому фигуры, линии, бессмысленный набор слов и чисел не иллюстрируют различительную способность товарного знака, а вот слова, выражения, которые можно запомнить являются проявлением изучаемого свойства товарного знака [1, С. 88]. Полагаем, что различительная способность товарного знака направлена на быстрое его запоминание, при условии несения определенной смысловой нагрузки, обусловленной свойствами объекта, который идентифицирует товарный знак.

Однако позволим себе не согласиться с позицией, согласно которой числа, набор букв не характеризуют различительную способность товарного знака. Данный пример опровергается складывающейся практикой. Например, сигареты LM. Данное название сигарет представляет собой сочетание букв, не связанных между собой, однако у многих представителей потребительского сообщества, даже те, которые не имеют пагубную привычку в форме курения, смогут без труда ассоциировать данное сочетание букв с маркой сигарет. Следовательно, фигуры, сочетание цифр и букв также могут выражать различительную способность товарного знака. Однако в этом случае возникают трудности при регистрации такого товарного знака. Для его регистрации, необходимо чтобы в этом сочетании было что-то запоминающееся или какая-либо яркая ассоциация у потребителя такого продукта [2, С. 88].

Особо обратим внимание на то, что товарный знак, который идентифицирует определенный вид товара, регистрировать не допустимо. Например, не будет зарегистрирован такой товарный знак как «хлебцы», так как данное название противоречит требованиям добросовестной конкуренции и фактически не идентифицирует какой-либо вид хлебцев, однако вполне возможно зарегистрировать такой товарный знак, как «куриные хлебцы», так как это обозначение мясной, а не хлебной продукции [10, С. 42]. То есть в качестве товарного знака нельзя регистрировать общепринятые обозначения, символы, которые не позволяют идентифицировать конкретный товар, а лишь служат описанием его формы.

В дополнение к сказанному следует отметить, в истории развития товарных

знаков существовали ситуации, когда конкретное обозначение товара, которое являлось оригинальным и идентифицировало его, из-за своей большой популярности стало именовать целую группу товаров и по сути своей утратило значение средства индивидуализации. Такими примерами служат обыденные для нас вещи, такие как термос, эскалатор, линолеум и др.

Так как товарный знак – это средство индивидуализации, следовательно, на товарный знак существует исключительное право. Правовая охрана товарного знака фактически осуществляется по механизмам патентного права, то есть ответственность за нарушение исключительного права на товарный знак наступает только в случае, если он прошел государственную регистрацию [11, С. 67].

Для регистрации товарного знака необходимо произвести соответствующую экспертизу, которая устанавливает, действительно ли, данное обозначение является средством индивидуализации и возможно ли его отнести к товарному знаку. Все зарегистрированные товарные знаки содержатся в Государственном реестре товарных знаков, сведения о них подлежат обязательной публикации в открытой печати. По результатам государственной регистрации правообладателю товарного знака выдается свидетельство на него [5, С. 74].

Исключительное право правообладателя на товарный знак может быть передано, продано, предоставлено в залог, иными словами со своим правом на товарный знак правообладатель может совершить действия распорядительного характера. Все эти действия также подлежат государственной регистрации. Право пользования товарного знака осуществляется на основании специального разрешения – лицензии [8, С. 110].

Учитывая изложенное, можно сделать вывод, что в результате государственной регистрации возникает исключительное право на товарный знак, именно с момента ее осуществления наступает его

правовая охрана. При этом срок действия товарного знака начинает течь с момента подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака. Первоначальный срок действия товарного знака составляет десять лет, в последующем он может быть продлен на неограниченное число раз. При этом заявление в Роспатент должно быть подано не позднее последнего года срока действия товарного знака. В этом случае осуществляется автоматическое продление срока действия товарного знака, то есть проведение экспертизы в этом случае не требуется [6, С. 133].

В случае если правообладатель не соблюдает правила охраны товарного знака – это является основанием для признания правовой охраны данного товарного недействительной. Споры по данному вопросу рассматриваются в порядке административного судопроизводства, так как стороной по делу является соответствующий государственный орган, как правило, это Роспатент.

Исключительное право на товарный знак имеет также свое содержание, под которым подразумеваются способы использования товарного знака. Способы использования товарного знака – это действия с материальным носителем, выражающиеся в размещении товарного знака на объектах идентификации, то есть товарах, либо на их упаковках. Это правило касается всех товаров находящихся в гражданском обороте на территории нашей страны, включая и импортируемые товары [7, С. 55].

Однако совсем не обязательно размещать товарный знак непосредственно на самом товаре. Размещение товарного знака также возможно на различных рекламных стендах, брошюрах, газетах, широкую популярность в городах получили баннеры. Размещение товарного знака на рекламе в сети «Интернет» также относится к способам использования товарного знака без непосредственного воздействия на материальный носитель.

Особенностями правовой охраны товарного знака выступает необходимость в

его постоянном использовании, так как в случае, если товарный знак не используется, то его правовая охрана может быть прекращена досрочно. Досрочная охрана товарного знака прекращается, если он не используется непрерывно в течение трех лет подряд. При этом производство товаров под данным товарным знаком может осуществляться как самим производителем, так и иным лицом, которому на законных основаниях предоставлено право пользования товарным знаком [4, С. 230].

Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, что товарный знак как средство

индивидуализации служит для обозначения товаров, при этом он должен обладать различительной способностью, благодаря которой потребитель сможет идентифицировать конкретный товар. Товарный знак подлежит обязательной государственной регистрации и учитывается в специальном реестре. Только с момента государственной регистрации осуществляется правовая охрана товарного знака. В общем и целом товарный знак является эффективным средством для защиты деловой репутации производителей товаров, работ, услуг.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бубнова О.Ю. Актуальные проблемы защиты прав на товарные знаки // Вестник современных исследований. 2017. № 8. С. 87-91.
2. Вацковский, Ю.Ф. Доменные споры. Защита товарных знаков и фирменных наименований. М.: Статут, 2018. 210 с.
3. Егоров Я.К. Правовая природа товарного знака // Наука и образование сегодня. 2018. № 4. С. 56-57
4. Колмыкова А.Д. Защита прав на товарный знак // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. № 11. С. 230-232.
5. Ламбина, В.С. Основания, препятствующие регистрации товарных знаков // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2017. № 6. С. 69-75.
6. Матвеев С.В. Основные проблемные вопросы, связанные с регистрацией товарного знака // Известия Чеченского государственного университета. 2017. № 3. С. 132-135.
7. Наврузалиева В.Н. Понятие и признаки товарных знаков и знаков обслуживания в современных рыночных условиях // Юридические исследования. 2013. № 3. С. 53-56.
8. Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации. Фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения. Гражданско-правовая охрана в Российской Федерации. М.: Юрайт, 2015. 318 с.
9. Рабец А. П. Правовая охрана товарных знаков в России. Современное состояние и перспективы. М.: Проспект, 2017. 385 с.
10. Романова Е.А. Сущность товарного знака как средства индивидуализации // Научно-методический журнал «Наука и образование: новое время». 2017. № 5. С. 42-43.
11. Романов С.С. Товарный знак: понятие и виды // Таврический научный обозреватель. 2016. № 12. С. 65-71.

#### REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Bubnova O.Ju. Aktual'nye problemy zashhity prav na tovarnye znaki // Vestnik sovremennyh issledovaniy. 2017. № 8. S. 87-91.
2. Vackovskij, Ju.F. Domennye spory. Zashhita tovarnyh znakov i firmennyh naimenovanij. M.: Statut, 2018. 210 s.
3. Egorov Ja.K. Pravovaja priroda tovarnogo znaka // Nauka i obrazovanie segodnja. 2018. № 4. S. 56-57
4. Kolmykova A.D. Zashhita prav na tovarnyj znak // Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk. 2017. № 11. S. 230-232.

5. Lambina, V.S. Osnovaniya, prepjatstvujushhie registracii tovarnyh znakov // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina. 2017. № 6. S. 69-75.
6. Matveev S.V. Osnovnye problemnye voprosy, svjazannye s registraciej tovarnogo znaka // Izvestija Chechenskogo gosudarstvennogo universiteta. 2017. № 3. S. 132-135.
7. Navruzaliev V.N. Ponjatie i priznaki tovarnyh znakov i znakov obsluzhivaniya v so-vremennyh rynochnyh uslovijah // Juridicheskie issledovanija. 2013. № 3. S. 53-56.
8. Pogrebinskaja T.Ju. Sredstva individualizacii. Firmennye naimenovanija, tovarnye znaki, naimenovanija mest proishozhdenija tovarov, kommercheskie oboznachenija. Grazh-dansko-pravovaja ohrana v Rossijskoj Federacii. M.: Jurajt, 2015. 318 s.
9. Rabec A. P. Pravovaja ohrana tovarnyh znakov v Rossii. Sovremennoe sostojanie i perspektivy. M.: Prospekt, 2017. 385 s.
10. Romanova E.A. Sushhnost' tovarnogo znaka kak sredstva individualizacii // Nauchno-metodicheskij zhurnal «Nauka i obrazovanie: novoe vremja». 2017. № 5. S. 42-43.
11. Romanov S.S. Tovarnyj znak: ponjatie i vidy // Tavricheskij nauchnyj obozrevatel'. 2016. № 12. S. 65-71.

Поступила в редакцию 07.06.2021.

Принята к публикации 10.06.2021.

---

*Для цитирования:*

Алексеева Е.В. Различительная способность товарного знака, как основание для его правовой охраны // Гуманитарный научный вестник. 2021. №6. С. 191-195. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2021/06/Alekseeva.pdf>