

Леус Марианна Владимировна

кандидат исторических наук,
доцент кафедры общетеоретических
и государственно-правовых дисциплин
Кубанского социально-экономического института

Сушкова Ирина Александровна

кандидат юридических наук, доцент,
заведующая кафедрой гражданского права и процесса
Кубанского социально-экономического института

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ОТДЕЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Аннотация:

В статье дана характеристика таких объектов интеллектуальных прав, как ноу-хау, коммерческое обозначение и фирменное наименование, для которых предусмотрен особый правовой режим. Внимание уделено научной дискуссии относительно содержания данных объектов, разграничения фирменного наименования и коммерческого обозначения.

Ключевые слова:

интеллектуальная собственность, правовая охрана, ноу-хау, коммерческое обозначение, фирменное наименование.

Leus Marianna Vladimirovna

PhD in History, Assistant Professor,
General Theoretic and State Legal
Subjects Department,
Kuban Institute for Social and Economic Studies

Sushkova Irina Aleksandrovna

PhD in Law, Assistant Professor,
Head of Civil Law and Process Department,
Kuban Institute for Social and Economic Studies

THE FEATURES OF LEGAL PROTECTION OF SOME INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS

Summary:

The paper describes the features of such objects of intellectual rights, as know-how, trade names and trademarks, for which a special legal regime is provided for. The authors focus on the scientific discussion concerning the content of the objects, differentiation of trade name and trademark.

Keywords:

intellectual property, legal protection, know-how, trade name, trademark.

Одним из видов объектов гражданских прав выступает интеллектуальная собственность (объекты интеллектуальных прав). В действующем гражданском законодательстве понятие «интеллектуальная собственность» раскрывается путем закрепления перечня объектов в п. 1 ст. 1225 ч. 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) [1], которые можно разбить на две группы: результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг.

Однако при систематизации объектов интеллектуальных прав законодатель не учел особенности правового режима отдельных объектов. Не все из них можно отнести к одной из двух названных групп. В частности, для второй группы объектов установлен определенный правовой режим – для обладания комплексом прав на эти объекты требуется не только факт их создания. Исключительное право на них и правовая охрана предоставляются на основании государственной регистрации и выдачи соответствующего документа (патента, свидетельства о государственной регистрации). Однако можно выделить подгруппу объектов, для возникновения прав на которые не требуется обязательной государственной регистрации, а необходимы условия, которые обязан выполнить правообладатель. При этом отсутствует указание на срок действия исключительного права в законе, он тоже поставлен в зависимость от определенных фактических обстоятельств. К таким объектам интеллектуальных прав относятся ноу-хау, коммерческое обозначение и фирменное наименование.

Обратимся к ноу-хау (секрет производства). В соответствии с п. 1 ст. 1465 ГК РФ секретом производства (ноу-хау) являются сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и т. д.) о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность при наличии следующих условий: неизвестность их третьим лицам; отсутствие свободного доступа третьих лиц к ним на законном основании; принятие правообладателем разумных мер для соблюдения конфиденциальности сведений, включая введение режима коммерческой тайны. Исключительное право на объект действует до того момента, пока сохраняется конфиденциальность сведений,

которые составляют его содержание (ст. 1467 ГК РФ). Особенность ноу-хау проявляется в том, что секреты производства являются объектом исключительного права, личных неимущественных прав на них не возникает. Правовая охрана на него возникает в силу конфиденциальности сведений, составляющих ноу-хау (неизвестность третьим лицам, отсутствие свободного доступа к этим сведениям, режим коммерческой тайны).

Вопрос относительно того, что ноу-хау является объектом исключительного права, является спорным. Так, по мнению отдельных ученых, содержание п. 2 ст. 1467 ГК РФ свидетельствует о том, что право на секрет производства лишено характера исключительности [2, с. 152].

Подобная точка зрения возникает, на наш взгляд, из-за отсутствия единой терминологии по поводу субъекта правообладателя ноу-хау. В п. 1 ст. 1229 ГК РФ сказано, что правообладателем признается носитель исключительного права на результат интеллектуальной деятельности либо на средство индивидуализации, а в п. 1 ст. 1466 ГК РФ указывается «обладатель секрета производства». Полагаем, что норму п. 1 ст. 1466 ГК РФ следует привести в соответствие с положением п. 1 ст. 1229 ГК РФ.

Для возникновения исключительного права на фирменное наименование также не требуется специальной государственной регистрации этого объекта, но право на него возникает после осуществления государственной регистрации коммерческой организации. Законодатель закрепляет, что юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), включая его указание на вывесках, бланках, иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, а также в сети Интернет (п. 1 ст. 1474 ГК РФ). Исключительное право прекращается в момент исключения фирменного наименования из ЕГРЮЛ в связи с прекращением юридического лица или в случае изменения его фирменного наименования (п. 2 ст. 1475 ГК РФ).

До принятия и вступления в силу ч. 4 ГК РФ право на фирменное наименование различным образом рассматривалось в юридической литературе. По мнению одних ученых, оно является исключительным, носит имущественный характер, поскольку служит средством индивидуализации предпринимательской деятельности участника [3, с. 26]. С точки зрения других, оно обладает личным неимущественным характером, является элементом правосубъектности юридического лица [4, с. 580].

В настоящее время правовой режим фирменного наименования достаточно четко урегулирован. Оно является средством индивидуализации субъекта права и неотчуждаемо (п. 1 ст. 150, п. 2 ст. 1474 ГК РФ).

Коммерческие обозначения могут использовать юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, индивидуальные предприниматели с целью индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий. В законе указано, что коммерческие обозначения не являются фирменными наименованиями и не подлежат обязательному включению в учредительные документы и ЕГРЮЛ (п. 1 ст. 1538 ГК РФ). Правообладатель имеет исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом, при условии, что такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление для индивидуализации предприятия является известным в пределах определенной территории (п. 1 ст. 1539 ГК РФ). Исключительное право на данный объект прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года (п. 2 ст. 1540 ГК РФ).

Достаточно дискуссионным является вопрос по поводу разграничения фирменных наименований и коммерческих обозначений. По мнению ряда авторов, Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 г. предписывает государствам-участникам устанавливать правовую охрану не фирменным наименованиям, а коммерческим обозначениям [5, с. 64].

В.И. Еременко, напротив, поясняет, что в ст. 1(2), 8, 9, 10.ter Парижской конвенции речь идет только о фирменном наименовании, в то время как согласно ст. 2(VIII) Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС), 1967 г. «интеллектуальная собственность» включает права, относящиеся к фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям. Автор на примере французской практики отмечает, что фирменное наименование является термином, который служит для отличия одного предприятия от других сходных предприятий, а коммерческое обозначение более четко идентифицирует повседневное обозначение предприятия и позволяет локализовать его на местности (например, вывеска на фасаде здания). В российском законодательстве правовой режим фирменного наименования привел к тому, что формально оно лишилось своего имущественного содержания, совпадает с такой категорией, как «наименование коммерческой организации», указанной в ст. 54 ГК РФ, иных законах [6, с. 11].

Заметим по этому поводу, что из содержания норм ГК РФ можно выделить конкретные признаки разграничения названных объектов интеллектуальных прав. Фирменное наименование является средством индивидуализации субъекта права (коммерческого юридического лица), а коммерческое обозначение – средством индивидуализации объекта гражданских прав, т. е. торгового, промышленного или иного предприятия (ст. 132 ГК РФ). Признаками коммерческого обозначения являются оригинальность и территориальная известность. Оно может переходить к другому субъекту в составе предприятия (п. 4 ст. 1539 ГК РФ). Фирменное наименование используется для индивидуализации коммерческих организаций, а коммерческое обозначение – и некоммерческих, которые осуществляют предпринимательскую деятельность на основании закона и (или) учредительных документов.

Ссылки:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) : от 18 дек. 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 3 июля 2016 г. № 314-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52 (ч. 1). Ст. 5496 ; 2016. № 27 (ч. 2). Ст. 4247.
2. Яблокова И.В., Волков С.Д. Секрет производства (ноу-хау) как охраняемый результат интеллектуальной деятельности предпринимателей // Научный журнал НИО ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2016. № 1. С. 144–154.
3. Бузанов В.Ю. Правовой режим фирменных наименований в российском гражданском праве : дис. ... канд. юрид. наук. М., 2003. С. 26.
4. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2003. С. 580.
5. Рожкова М.А., Ворожевич А.С. Фирменное наименование – «чужой» среди объектов интеллектуальных прав // Хозяйство и право. 2014. № 10. С. 57–69.
6. Еременко В.И. Фирменные наименования и коммерческие обозначения: мифы и реальность // Законодательство и экономика. 2015. № 11. С. 7–15.

References:

- Buzanov, VY 2003, *The legal regime of company names in the Russian civil law*: PhD thesis, Moscow, p. 26, (in Russian).
- Eremenko, VI 2015, 'Commercial names and designations: Myths and Reality', *Zakonodatel'stvo i ekonomika*, no. 11, pp. 7-15, (in Russian).
- Sergeev, AP 2003, *Intellectual property rights in the Russian Federation*: textbook, 2nd ed., Moscow, p. 580, (in Russian).
- Rozhkova, MA & Vorozhevich, AS 2014, 'Brand Name - "alien" among the objects of intellectual property rights', *Khozyaystvo i pravo*, no. 10, pp. 57-69, (in Russian).
- Yablokova, IV & Volkov, SD 2016, 'Trade secrets (know-how) as a result of intellectual activity protected entrepreneurs', *Nauchnyy zhurnal NIO ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskiy menedzhment*, no. 1, pp. 144-154, (in Russian).