

Прасковьян Дмитрий Александрович

канд. юрид. наук, доцент

ФКОУ ВО «Самарский юридический институт ФСИН России»

г. Самара, Самарская область

О РОЛИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Аннотация: в статье анализируются нормы о товарном знаке как средстве индивидуализации, определяется понятие товарного знака, его функции и задачи. Рассматриваются вопросы залога товарного знака в обеспечение возврата кредита банковским организациям, обозначается ряд проблем, связанных с защитой права на товарный знак.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, средство индивидуализации товаров, товарный знак, франшиза, залог.

Средний и малый бизнес в сложной экономической ситуации сталкивается с рядом проблем, в том числе и с оборотным капиталом. Для решения трудностей, предприятиям необходимо применить различные способы, средства с помощью которых появится возможность оптимизировать и увеличить капитал данного предприятия.

Средством для достижения поставленных целей предприятия является интеллектуальная собственность, к которой относятся различные новейшие разработки, авторские права, наименования товаров, товарные знаки и прочее.

В рамках нашей работы мы подробнее рассмотрим такое средство индивидуализации как товарный знак. Товарный знак в соответствии со статьей 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) [1] используется для индивидуализации товаров и услуг индивидуальных предпринимателей и юридических лиц и имеет своей задачей разграничить для потребителя товары и услуги одного производителя от товаров и услуг другого производителя.

Как отметил Президент России Владимир Путин на Петербургском международном экономическом форуме 2024 года, собственный товарный знак

становится свидетельством качества и экономическим активом. В 2023 году подано более 143 тысяч заявок на товарные знаки, это в два раза больше, чем в 2019 году.

Товарный знак выполняет большое количество функций, в частности привлечение инвестиций, продвижение бренда с помощью рекламы, отличительную функцию и информационную.

В нашей стране довольно слабо развит рынок интеллектуальной собственности, а в зарубежных странах, напротив, товарные знаки имеют высокую значимость и участвуют в гражданском обороте наравне с ценными бумагами и недвижимым имуществом.

Необходимо подчеркнуть, что в России последнее время большую популярность имеет использование товарного знака востребованного бренда в коммерческих целях – франшизу. Благодаря франшизе владелец товарного знака может передать права пользования своим товарным знаком иным лицам, тем самым предоставляя им возможность развивать под ним свой бизнес.

Помимо традиционных способов использования товарного знака возникают иные формы его коммерциализации. Например, в соответствии со статьей 89 ГК РФ при учреждении общества с ограниченной ответственностью его учредители формируют уставной капитал общества и его размер указывают в договоре.

В соответствии со статьей 15 Федерального закона от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [2] доли в уставном капитале могут оплачиваться как деньгами, ценными бумагами, так и другими вещами или имущественными правами, либо иными имеющими денежную оценку правами.

Основываясь на данной норме, можно сделать вывод, что оплатить долю в уставном капитале общества возможно исключительным правом на товарный знак, который подлежит оценке.

В приведенном нами примере учредители будут заинтересованы, в том, чтобы товарный знак был оценен довольно высоко, но при этом чтобы не допустить конфликта с налоговым органом используют независимую оценку, что гарантирует соблюдение прав всех участников.

В соответствии со статьей 358.18 ГК РФ исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности могут стать предметом залога, но только в той мере, в которой это допускает законодательство.

Гораздо удобнее для компаний использовать залог товарного знака в банке, особенно актуальна данная возможность для тех компаний, которые испытывают трудности с бюджетом, так компании с малым бюджетом могут заложить товарный знак в банковскую организацию, тем самым получить необходимые денежные средства, которыми могут воспользоваться для продвижения и развития своей деятельности.

Примерами использования на практике залога товарного знака в банковские организации служат такие компании как «Московский Провансаль», занимающаяся производством пищевой продукции, которая заложила свой в товарный знак в «Альфа-Банк», а также «Дикая Орхидея», производство которой ориентировано на изготовлении женской одежды.

Вместе с тем, на практике встречается ряд проблем, ограничивающих применение залога товарных знаков. В частности, одной из основных проблем при залоге товарных знаков – это определение реальной соразмерной рыночной цены объекта залога, чтобы банк оценил его «по достоинству» и смог сделать предметом залога.

В настоящее время не существует единого подхода к оценке стоимости исключительного права на товарный знак. В экономической литературе выделяют три основных подхода к оценке товарных знаков: затратный, доходный, рыночный [3, с. 66].

Как мы могли заметить, использование товарного знака позволяет предпринимателям сформировать дополнительные возможности, получать новые инвестиции, причем характер производимых товаров и услуг в данном случае не играет значимой роли.

При регистрации товарного знака производитель обретает большую конкурентоспособность, так как производимый им товар становится популярнее на фоне иных, производимых конкурентами, что в свою очередь позволяет

производителю распространить продукцию на маркетплейсах, где охват аудитории более широкий, также обеспечивает защиту от недобросовестной конкуренции, от выхода подделок его товара на рынок в соответствии со статьей 1515 ГК РФ, которая приравнивает к контрафакту товары и, этикетки и их упаковки на которых незаконно размещен товарный знак правообладателя, еще одним плюсом регистрации товарного знака является возможность открытия франшизы.

Осуществляет регистрацию товарного знака в нашей стране – Роспатент, подать заявку на регистрацию могут юридические лица или индивидуальные предприниматели на сайте «Госуслуг» или «Роспатента».

Незаконное использование товарного знака выражается по-разному. Так, одним из предпринимателей на вывеске своего салона красоты и во внутреннем оформлении салона, а также на сайте и на печатной продукции был использован логотип, сходный до степени смешения с товарным знаком, принадлежащим конкуренту в отношении однородных услуг: маникюр; массаж; салоны красоты [в том числе педикюр]. Кроме того, при оформлении салона был использован сходный дизайн [4].

Подводя итог нашего исследования необходимо отметить, что товарный знак имеет большую значимость для производителей, так как являясь средством индивидуализации товаров и услуг, он позволяет отграничивать продукцию, производимую одним производителем от продукции другого производителя, а также формируют у потребителей положительные эмоции о товаре, повышают конкурентоспособность и способствуют реализации и продвижению товара на рынке и различных интернет-платформах.

Существует ряд проблем по защите производителей в связи с незаконным использованием принадлежащих им товарных знаков в сети «Интернет». Так, в силу стремительного развития технологий и распространению продаж товаров и услуг на платформах в интернете, возникает проблема с правовым регулированием товарных знаков, предлагаем внести поправки в действующее законодательство, а именно в часть 4 ГК РФ, связанные с регулированием защиты товарного знака в сети Интернет. Кроме того, несмотря на то что институт

обеспечения исполнения кредитных обязательств с помощью залога товарных знаков в России формально существует, его практическое применение осложнено, прежде всего, отсутствием детального законодательного регулирования.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (принят 21 октября 1994 года №51-ФЗ, с изм. и доп. на 24 июля 2023 г.) // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 07.12.2024).

2. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» (принят 14 января 1998 года №14-ФЗ, с изм. и доп. на 13 июня 2023 г.) // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 07.12.2024).

3. Трансакционные издержки, связанные с созданием и использованием прав на товарные знаки в России / под ред. А.Е. Шаститко. – М., 2000. – С. 64–67.

4. Решение Арбитражного суда Новосибирской области от 1 февраля 2016 г. по делу №А45-15826/2015 // СПС «Консультант Плюс» (дата обращения: 07.12.2024).