Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Кафедра юриспруденции

Дисциплина «Российское предпринимательское право»

**КОНКУРС. ЗАКЛЮЧЕНИЕ КОНТРАКТА НА КОНУРСНОЙ ОСНОВЕ**

Контрольная работа

студентки 3 курса

Преподаватель:

Преподаватель

Апатиты

20111. Виды и общие положения объектов коммерческого права

1.1.Общие положения об объектах коммерческого права

Объекты коммерческого права обозначаются единым понятием - товары. Товар традиционно определяют как продукт трудовой деятельности, предназначенный для продажи. Это могут быть изделия, созданные в процессе производства либо полученные в результате иных видов деятельности (добытый уголь, выловленная рыба и др.). Для того чтобы признаваться товаром, объект должен обладать экономическими характеристиками: он должен иметь потребительную стоимость, т.е. способность удовлетворять конкретные человеческие потребности, и меновую стоимость, т.е. свойство обмениваться на другие товары. Соответствующий объект становится товаром, когда по поводу него возникают имущественные правоотношения.

Для имущественных отношений характерна широкая трактовка сущности товаров. Само понятие "товар" в перечне объектов гражданских правоотношений (ст. 128 ГК РФ) не упоминается. В цивилистике "понятие товара отождествляется в известном смысле с категорией объекта гражданских прав, если не учитывать в числе последних личные неимущественные права. Иначе говоря, подавляющее большинство объектов гражданских прав выступает в форме товаров и в силу этого входит в понятие гражданского (имущественного) оборота" .

Что касается торгового оборота, то он характеризуется рядом принципиальных отличий от имущественных (гражданско-правовых) отношений. Это всегда возмездная деятельность, имеющая определенную целевую направленность - продвижение товара от изготовителя к потребителю. Если гражданскому праву термин "товар" вообще не свойственен и лишь косвенно упоминается в законе (например, п. 1 ст. 454 ГК РФ), то для коммерческого права он является одним из основополагающих.

Определение понятия "товар" содержится в ряде законов. Так, в Законе РФ от 22.03.91 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности" товар определен как продукт деятельности, предназначенный для продажи, или обмена, или иного введения в оборот. Статья 38 НК РФ относит к товарам любое имущество, реализуемое или предназначенное для реализации, - подобное определение менее пригодно для целей коммерческого права.

Необходимым и существенным признаком объектов торгового права является их коммерческая оборотоспособность, т.е. способность служить объектом торговых договоров и менять собственника.

Для определения понятия объектов торгового права необходимо выявление различий торгового и гражданского оборота. Сущностью торгового оборота является движение товаров на возмездной основе от изготовителя к потребителю. Понятие гражданского (имущественного) оборота является более широким. Согласно трактовке, дававшейся Г.Ф. Шершеневичем, понятие о гражданском обороте включает в свое содержание такие безвозмездные действия, как дарение, завещание, по самой идее несогласуемые с понятием экономического (торгового) оборота . Современное гражданское законодательство также включает в состав гражданского оборота любые отношения по передаче имущества (п. 1 ст. 2 ГК РФ).

Статья 129 ГК РФ говорит об оборотоспособности объектов гражданских прав. Согласно п. 1 названной нормы объекты гражданских прав могут свободно отчуждаться или переходить от одного лица к другому в порядке универсального правопреемства (наследование, реорганизация юридического лица) либо иным способом, если они не изъяты из оборота или не ограничены в обороте.

Коммерческая оборотоспособность означает возможность свободного отчуждения объектов на возмездной основе. Она не касается актов безвозмездной передачи имущества, в том числе в порядке дарения, наследования, реорганизации юридического лица либо иным способом.

Таким образом, объектами торгового оборота признаются товары, т.е. имущество, обладающее оборотоспособностью и реализуемое в ходе торговой деятельности на основе возмездных договоров.

1.2. Основные виды объектов коммерческого права

Основным видом объектов коммерческого права являются материальные предметы, имеющие вещественную форму (вещи).

Материальные объекты включают в себя потребительские товары, предназначенные для удовлетворения личных потребностей людей, и товары производственного назначения, служащие использованию в производстве, - сырье, материалы, комплектующие изделия, оборудование и др.

Вместе с тем не все вещи относятся к объектам торгового оборота. Так, Конвенция о договорах международной купли-продажи товаров (Вена, 1980) не относит к объектам торгового оборота целый ряд товаров. В частности, согласно ст. 2 Конвенции она не применяется к продаже товаров, которые приобретаются для личного, семейного или домашнего использования, судов водного и воздушного транспорта и др. В данном отношении Конвенция выражает подход, общепринятый в зарубежном и российском торговом праве.

Среди иных вещей в предметном, материальном виде также не все входят в состав объектов торгового права. Статья 130 ГК РФ восстановила существовавшее в дореволюционном праве деление имуществ на движимое и недвижимое. К недвижимости отнесены земельные участки и все, что прочно связано с землей: здания, сооружения, многолетние насаждения. К недвижимости отнесены также некоторые иные объекты.

**1. Товар - как экономическая категория**

Важнейшим объектом рыночной экономики выступает товар.

Товар — это продукт труда, удовлетворяющий ту или иную общественную потребность посредством купли-продажи. Он обладает двумя свойствами: удовлетворять потребности людей и обмениваться. Способность товара удовлетворять потребность человека есть потребительная стоимость. Например, хлеб, масло, одежда удовлетворяют личные потребности человека, а станок, инструменты - производственную потребность. Потребительная стоимость товара связана с его полезными свойствами.

В условиях рыночного хозяйства потребительная стоимость товара, во-первых, удовлетворяет потребность не самого производителя, а других людей, общественную потребность. Во-вторых, потребительная стоимость товара реализуется в потребление через обмен, посредством купли-продажи. Следовательно, товар обладает другим важным свойством - способностью в определенных пропорциях обмениваться на другие товары. Пропорция, в которой один товар обменивается на другие товары, есть его меновая стоимость. На рынке стоимость проявляется в форме меновой стоимости, в виде определенных пропорций обмена.

Товар, как экономическая категория, есть единство потребительной стоимости и меновой стоимости.

Потребительная стоимость характеризует особенность, неповторимость товаров, меновая стоимость — их однородность.

Между экономической и юридической точкой зрения на товар имеется различие. С экономической точки зрения материальные блага - продукция, изготовленная производителем, только тогда становится товаром, когда в совершенно готовом виде идет от производителя к потребителю, поступает в торговый оборот.

Тем не менее, в нормативных актах, регулирующих торговый оборот, применяются оба термина: продукция и товары. Ранее эти термины имели существенную разницу. В административно-плановой экономике термин «продукция» применялся, как правило, к изделиям, которые распределялись по плану (оптовая торговля), а термин «товар» относился к свободно обращающимся объектам (розничная торговля). В современных условиях свободного рынка эти термины в правовом регулировании практически отождествляются.

**2. Товар как правовая категория**

Определение товара в Гражданском кодексе РФ отсутствует: в ст. 454, регулирующей договоры купли-продажи, товар отождествляется с вещью.

Предпринимательское законодательство определяет товар как то, что произведено или предназначено для продажи. В этом смысле товаром могут быть как движимые и недвижимые вещи, так и работа, услуги, деньги и ценные бумаги, права и долги.

С точки зрения коммерческого права не всякая вещь является товаром. Основной объект торгового оборота - движимые вещи, имеющие стоимостную оценку и не изъятые из обращения.

Исходя из вышесказанного, термин «товар» имеет двоякое значение: более широкое в общегражданском и предпринимательском законодательстве, и более узкое в коммерческом, торговом законодательстве.

В первом значении под этим термином понимается все, что только способно быть предметом предпринимательских сделок, следовательно, не только движимые вещи, но и ценные бумаги, и т.д.

Во втором значении - это движимые вещи, находящиеся в торговом обороте, или предназначенные для этого, имеющие стоимостную оценку, выступающие предметом договоров купли-продажи, в которых хотя бы одной стороной является предприниматель. В этом значении и понимается термин «товар» как объект коммерческого права.

Современное торговое законодательство развитых стран, а теперь и России, содержит весьма важный комплекс норм, направленных на защиту прав потребителей, т.е. граждан, приобретающих для своих потребительских нужд товары у коммерческих организаций и других лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

В этом смысле может быть выделена и особая категория товаров - потребительские товары. Эти вещи имеют заметные отличия в правовом режиме, что, прежде всего, касается возможностей их обмена, ремонта, возврата покупателем, если последний выступает как потребитель[[1]](#footnote-1)[3].

**3. Правовое регулирование оборота товаров**

Исходя из вышеназванного определения товара, видно, что к объектам коммерческого права относятся товары, участвующие в торговом обороте. Объекты, не участвующие в обороте, изъятые из оборота, не рассматриваются коммерческим правом. В соответствии с п. 2 ст. 129 ГК РФ виды объектов, полностью изъятых из оборота, должны определяться в законе.

Производство и обращение благ в современной рыночной экономике предоставлены в большей степени частной инициативе. Товары производятся и обращаются согласно существующему спросу и предложению. Государство практически не регулирует соотношение между спросом и предложением, и в большинстве своем не вмешивается в определение размеров производства и потребления.

Исходя из господствующего принципа экономической свободы в правовом регулировании предпринимательской деятельности, свободное обращение товаров является правилом, а ограничение оборотоспособности - исключением из этого правила.

Однако публичные интересы государства требуют в определенных случаях введения ограничения оборота товаров. Такое ограничение может быть установлено только на основании закона. Законом предусматривается, каким образом могут определяться виды таких объектов и порядок ограничения их оборотоспособности, а перечень видов товаров, ограниченных в обращении, устанавливается Правительством РФ.

Среди законов, ограничивающих оборотоспособность товаров, можно назвать Лесной кодекс РФ от 29 января 1997 г. Ms 22-ФЗ в части объектов лесных отношений, Закон РФ от 9 октября 1992 г. № 3615-1 «О валютном регулировании и валютном контроле» в отношении оборотоспособности валютных ценностей, в том числе изделий из драгоценных металлов.

На основании Указа Президента РФ от 22 февраля 1992 г. № 179 Правительство РФ своим Постановлением от 10 декабря 1992 г. № 959 «О поставках продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена» (с изменениями от 15 апреля, 2 декабря 1994 г., 16 декабря 1995 г.) утвердило перечни продукции, свободная реализация которых запрещена, и поставки которой осуществляются потребителям, имеющим разрешение на ее применение в Российской Федерации, а также перечень продукции, поставки которой осуществляются на основе квот.

Правительство РФ утвердило 30 июня 1994 года Положение о совершении сделок с драгоценными металлами на территории Российской Федерации, где определен круг объектов, на которые оно распространяется (золото и серебро в стандартных и мерных слитках, минеральное и вторичное сырье, содержащее золото и серебро, изделия, содержащие золото и серебро и не относящиеся к ювелирным и другим бытовым изделиям, а также полуфабрикаты, содержащие эти компоненты). Установлен ограниченный круг лиц, которые вправе осуществлять соответствующие сделки: Центральный банк и специальные уполномоченные коммерческие банки, пользователи недр, скупочные предприятия и другие, прямо указанные в Положении лица.

Постановлением Правительства РФ от 4 мая 1992 г. № 282 (с изм. и доп. от 26 июня 1995 г., 15 апреля 1996 г.) упорядочено производство винно-водочных изделий и пива, а также торговля этой продукцией.

Указанными нормативно-правовыми актами ограничение оборотоспособности производится по трем направлениям.

1. Ограничение оборотоспособности по предмету, в зависимости от предназначения товаров. К таким товарам относятся продукция, связанная с вооружением, ядовитые вещества, спирт этиловый (на основе квот) и т.д.

2. Ограничение обращения товаров по субъектам торговой деятельности, торгующим лицам и покупателям:

- ограничения по торгующим лицам устанавливаются при продаже лекарственных средств: в этом случае продавец должен иметь фармацевтическое образование;

- ограничения по покупателям устанавливаются, при продаже спиртных напитков и табачных изделий для лиц в зависимости от возраста (не моложе 21 года).

3. Ограничение обращения товаров по организации торговли, по времени, месту торговли:

- ограничения по времени торговли могут быть связаны, с проведением определенных мероприятий (во время проведения массовых шествий и демонстраций некоторые органы местного самоуправления ограничивают продажу спиртных напитков);

- ограничения по месту торговли связаны с продажей спиртных напитков и некоторых других товаров в торговых павильонах, расположенных рядом со школами или дошкольными учреждениями.

**4. Способы индивидуализации товаров**

В условиях жесткой конкуренции на рынках различных товаров, особенно если эти товары довольно схожи и отличительные особенности, потребительские качества, технические характеристики каждого из них неочевидны для рядового потребителя. Важное, а иногда и решающее значение для предпринимателей, выпускающих и реализующих эти товары, имеет использование товарного знака и наименования места происхождения товаров. Это несамостоятельные объекты права собственности, так как без вещественного носителя они не существуют.

Нормативную базу этих объектов составляют: Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»; Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. с последующими изменениями и дополнениями; Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. с последующими изменениями и дополнениями; Указ Президента РФ от 12 февраля 1993 г. № 223, утвердивший Положение о Комитете РФ по патентам и товарным знакам; Постановление Правительства РФ от 12 февраля 1993 г. № 122, которым было утверждено Положение о патентных поверенных.

Структура федеральных органов власти в части регулирования и охраны товарных знаков и наименований мест происхождения товаров была изменена Указом Президента РФ от 11 сентября 1997 г. № 1008 и Постановлением Правительства РФ от 19 сентября 1997 г. № 1203, утвердившими Положение о Российском агентстве по патентам и товарным знакам.

Закон о товарных знаках представляет собой комплексный нормативный акт, где наряду с двумя объектами (товарным знаком и знаком обслуживания) содержатся нормы, относящиеся к самостоятельному объекту интеллектуальной собственности, — наименованию места происхождения товара, правовая охрана которого введена в нашей стране впервые.

Рыночный механизм, как известно, четко воспринимает реакцию потребителя на произведенный продукт. Потребитель либо признает, либо отвергает его. В этом процессе товарные знаки и наименования мест происхождения товаров, являясь связующим звеном между изготовителем и покупателем, промышленностью и торговлей, производством и потреблением, играют роль безмолвного продавца, непременного участника рыночных отношений.

В связи с той ролью, которую эти объекты играют при реализации и продвижении товара на рынке, весьма актуальна проблема обеспечения их правовой охраны.

**5. Товарный знак, его назначение, порядок регистрации и права пользования им**

Товарным знаком и знаком обслуживания признаются обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических и физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических и физических лиц. Принимая во внимание, что товарные знаки и знаки обслуживания приравниваются Законом о товарных знаках в правовом режиме, а также то, что услуга не относится к объектам коммерческого права, знак обслуживания в коммерческом праве мы не рассматриваем, поэтому в дальнейшем будет употребляться только термин «товарный знак».

В определении понятия товарного знака проявлена основная функция данного объекта интеллектуальной собственности - способность отличать, индивидуализировать продукцию конкретного изготовителя и выделять её из массы однородной продукции. Указанное определение полностью совпадает с положениями статьи 138 Гражданского кодекса РФ, где, в частности, товарный знак отнесен к средствам индивидуализации продукции.

Право интеллектуальной собственности на товарный знак, как и право собственности, состоит из триады правомочий: владения, пользования и распоряжения.

Наиболее часто встречающимся в практике основанием для возникновения права на товарный знак является регистрация знака в патентном ведомстве. Основанием может служить также применение (фактическое использование) знака в коммерческом обороте.

По сравнению со вторым основанием регистрация имеет ряд преимуществ:

1. Регистрация является актом, фиксирующим объект охраны и перечень товаров, для обозначения которых зарегистрирован знак. Это важно в случае возникновения спора по товарным знакам.

2. Регистрация является средством оповещения (информирования) производителей и потребителей об установлении на знак исключительного права.

3. Регистрация товарного знака в стране происхождения - обязательное условие, предусмотренное Мадридским соглашением, для подачи заявки на регистрацию товарного знака по международной процедуре.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации.

В то же время Закон о товарных знаках называет в обобщенном виде группы обозначений, которые ни при каких условиях не могут быть зарегистрированы как товарные знаки. В пункт 1 статьи 6 включены в основном обозначения, не обладающие различительной способностью, а в пункт 2 - ложные или способные ввести в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя, а также противоречащие по своему содержанию общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В соответствии с Законом обозначения, не обладающие различительной способностью, о которых шла выше речь, могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство (охранный документ) оформляющее правомочия владения. Свидетельство удостоверяет приоритет товарного знака, исключительное право владельца на товарный знак в отношении товаров, указанных в свидетельстве.

Субъекты права на товарный знак названы в пункте 3 статьи 2 Закона о товарных знаках. Это юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, т.е. те лица, которые производят товары или занимаются посреднической или иной деятельностью в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Владелец знака имеет право пользоваться и распоряжаться знаком или запрещать его использование другими лицами. За лицом, обладающим исключительным правом на товарный знак, признаются все правомочия, которыми наделяется собственник материальных объектов.

В Законе провозглашен принцип обязательного использования знака. При этом под использованием понимается фактическое (реальное) применение знака на товарах, для которых знак зарегистрирован, и (или) их упаковке владельцем товарного знака или лицом, которому такое право предоставлено на основе лицензионного договора.

Правомочие использовать знак является не только правом, но и обязанностью владельца. И если товарный знак не используется непрерывно в течение пяти лет от даты регистрации или пяти лет, предшествующих подаче заявления любого лица в Российское агентство по патентам и товарным знакам, то в силу положений пункта 3 статьи 22 Закона о товарных знаках действие регистрации может быть прекращено досрочно полностью или частично.

Особо регулируется в Законе использование товарных знаков при посреднических операциях. Так, посредник\* (дистрибьюторы, перепродавцы и др.) могут на договорной основе применять либо свой товарный знак совместно с товарным знаком изготовителя, либо свой товарный знак вместо товарного знака изготовителя.

Важным правомочием владелица товарного знака является возможность передачи принадлежащего ему знака другим лицам.

Закон определяет порядок передачи товарного знака, включающий уступку товарного знака предоставление лицензии на его использование. Это является весьма актуальным в условиях происходящих в стране процессов реорганизации в сфере хозяйственных структур, когда товарный знак зачастую сам становится товаром, т.е. предметом купли-продажи.

Согласно статье 25 Закона товарный знак может быть уступлен (т.е. продан) по договору юридическому или физическому лицу в отношении всех или части товаров. Однако уступка не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

Российским законодательством предусмотрена обязательная регистрация договоров об уступке знака и лицензионных договоров в патентном ведомстве (статья 27 Закона о товарных знаках). Без такой регистрации эти договоры считаются недействительными.

Сущность правовой охраны товарного знака состоит в том, чтобы предоставить его владельцу возможность неограниченного использования знака, исключая из числа пользователей всех других лиц. Таким образом, право на товарный знак является абсолютным. За владельцем закрепляется право запрещать любому третьему лицу применять зарегистрированное на его имя обозначение. Никто, кроме управомоченного лица, не может пользоваться знаком. Любое использование знака другими лицами без согласия владельца в какой бы ни было форме является правонарушением.

Нарушением признается несанкционированное изготовление, применение, ввоз, предложение к продаже, продажа, иное введение в хозяйственный оборот или хранение с этой целью товарного знака или товара, обозначенного этим знаком, или обозначения, сходного с ним до степени смешения, в отношении однородных товаров.

Статьями 20 и 21 Закона о товарных знаках предусматривается возможность регистрации так называемых коллективных знаков.

Коллективные знаки в отличие от товарных знаков (индивидуальных) используются для маркировки товаров, разрабатываемых, изготовляемых или реализуемых несколькими предприятиями, юридически самостоятельными, но экономически связанными между собой, добровольно объединившимися для осуществления совместной работы, в результате чего товары приобретают единые, качественные или иные общие характеристики, которые должны постоянно поддерживаться.

Правовая охрана коллективных знаков предусмотрена законодательствами многих стран мира.

Коллективный знак - объект исключительного права объединения в целом - не может принадлежать совместно организациям, входящим в данное объединение. Это позволяет объединению ставить условия пользования коллективным знаком. Кроме того, к пользователям коллективным знаком относятся только те хозяйствующие субъекты, которые по Закону наделяются субъективным правом на индивидуальный товарный знак (т.е. юридические лица и граждане-предприниматели).

Прекращение правовой охраны товарного знака наступает в случае признания регистрации знака недействительной, а также аннулирования регистрации.

**6. Наименование места происхождения товара**

С 1992 г. в России впервые введена правовая охрана наименований мест происхождения товаров. Под наименованием места происхождения товара, исходя из Закона о товарных знаках, понимается название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или людскими факторами либо природными условиями и людскими факторами одновременно.

Понятие «наименование места происхождения товара» является достаточно сложным? Оно строится на основе следующих признаков:

а) название определенного географического объекта;

б) природные условия и (или) людские факторы (географическая среда);

в) товар, обладающий особыми свойствами;

г) зависимость особых свойств товара от природных условий и (или) людских факторов.

При этом название географического объекта, использованное в обозначении товаров, свидетельствует о том, что соответствующие товары имеют отличительные свойства, наличию которых они обязаны природным условиям и (или) людским факторам (географической среде).

К обозначениям, которые сопровождают товары, обладающие особыми свойствами, присущими территории целой страны, могут быть отнесены такие, как «русский квас», «бразильский кофе», «болгарское розовое масло».

Другой признак определения понятия наименования места происхождения товара - наличие природных условий и (или) людских факторов (географической среды), характерных для конкретного географического объекта.

Третий признак определения наименования места происхождения товара - наличие особых свойств в товаре, обусловленных местом его происхождения.

Последний признак понятия «наименование места происхождения товара» - определяемость (зависимость) особых свойств товара от природных условий и (или) людских факторов (географической среды) географического объекта.

В одних случаях на формирование особых свойств товара воздействие оказывают только природные факторы. Они формируют группу так называемых в мировой практике естественных наименований мест происхождения товаров. Эти наименования связаны с минералами, минеральными водами, сырьем, лекарственными травами и т.д.Например, особые свойства таких известных товаров как «донецкий уголь», «армянский туф», «карельская береза», «уральский малахит», «Волынские топазы», «уральские самоцветы», «якутские алмазы», «боржоми», сформировались под воздействием природных условий.

В других случаях особые свойства товаров определяются только людскими факторами, т.е. долголетним опытом и производственными традициями людей. Например, «шведская сталь», «эстонские рояли».

Таким образом, невозможно производить оренбургские пуховые платки, вологодские кружева, рижский бальзам, гжель, палех, пльзеньское пиво, мадейру, херес и многие другие товары в иной местности, чем та, географическая среда которой обусловила наличие в указанных товарах неповторимых свойств.

В соответствии с Законом о товарных знаках не признаются наименованием места происхождения товара так называемые видовые (родовые) обозначения, хотя и представляющие собой или содержащие название географического объекта, но вошедшие во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, несвязанное с местом его изготовления.

К примеру, постепенно потеряли способность указывать на так называемую географическую первоначальность широко известные в прошлом во всем мире наименования, связанные с местом происхождения товаров, такие, как «ямайский ром», «чилийская селитра», «жигулевское пиво», «полтавская» и «эстонская» колбасы и др.

Некоторые наименования мест происхождения товаров могут быть неустойчивыми и при определенных условиях легко превращаются в видовые обозначения (одеколон).

Возникновение правовой охраны наименования места происхождения товара зависит либоот его регистрации международных договоров России в данной области.

Анализ специфики наименования места происхождения товара как объекта интеллектуальной собственности свидетельствует о том, что наименование не может быть объектом исключительного права отдельных юридических или физических лиц в его классическом понимании (как, например, исключительное право на товарный знак).

В круг лиц, имеющих право на подачу заявки на право пользования наименованием места происхождения товара, входят юридические и физические лица, осуществляющие хозяйственную деятельность в конкретном географическом объекте, при условии, что особые свойства производимых ими товаров определяются природными условиями и(или) людскими факторами этого географического объекта.

Государство предоставляет производителям товаров право пользования наименованием на основании его регистрации, и это право носит коллективный характер.

В соответствии с Законом о товарных знаках в Патентное ведомство может быть подана заявка на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявка на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара.

Закон, провозглашая бессрочным действие регистрации наименования места происхождения товара, для действия свидетельства устанавливает срок в десять лет. Срок действия свидетельства может быть продлен по заявлению обладателя свидетельства и при условии представления заключения компетентного органа, подтверждающего, что обладатель свидетельства находится в данном географическом объекте и производит товар с указанными в свидетельстве свойствами.

Срок действия свидетельства продлевается каждый раз на десять лет.

Закон подробно регламентирует правомочия обладателя свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара. В соответствии с ним использованием наименования места происхождения товара считается применение его на товаре, упаковке, в рекламе, проспектах, счетах, бланках и иной документации, связанной с введением товара в хозяйственный оборот.

Если в отношении товарных знаков объем правовой охраны зависит от перечня товаров, для которых зарегистрирован знак, то для наименования мест происхождения товаров он ограничивается особыми свойствами товара, обусловленными природными условиями и (или) людскими факторами (географической средой) соответствующей местности.

Правомочие пользования в отношении наименования места происхождения носит коллективный характер и связано не с конкретным субъектом права, а с конкретной территорией. Наименование места происхождения может быть использовано лишь в отношении товаров определенного географического объекта, и которые были произведены в соответствии с определенными правилами.

В понятие нарушения права в Законе о товарных знаках входит факт использования зарегистрированного наименования места происхождения товара лицами, не имеющими свидетельства, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара или наименование используется в переводе либо в сочетании с такими выражениями, как «род», «тип», «имитация» и тому подобными.

Кроме этого, нарушением считается использование сходного обозначения для однородных товаров, способного ввести- потребителей в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара. '

Обладатель свидетельства ввиду специфики объекта не располагает правомочием распоряжения, т.е. ему не разрешено передавать право (уступать, предоставлять лицензии) на пользование наименованием места происхождения товара другим лицам.

Наименование места происхождения товара является весьма ценным нематериальным объектом или, как определено в ряде зарубежных законодательств, национальным богатством, поэтому государство и законные пользователи заинтересованы в обеспечении его надежной охраны и пресечении неправомерного использования товаров, не обладающих особыми свойствами.

Прекращение правовой охраны наименования места происхождения товара может наступить в отношении как регистрации наимёнования, так и какого-либо конкретного свидетельства на право пользования наименованием.

Действие регистрации наименования также может быть прекращено в связи с исчезновением характерных для географического объекта условий и невозможностью производства товара с указанными в реестре свойствами.

**7. Правовая охрана товарных знаков и наименований мест происхождения товаров**

Закон о товарных знаках создает необходимый механизм для охраны прав владельцев товарных знаков и обладателей свидетельств на право пользования наименованием места происхождения товара.

В соответствии со статьей 45 споры, связанные с применением Закона, рассматриваются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, судом, арбитражным и третейским судами, включая споры:

- о нарушении исключительного права на товарный знак;

- о заключении и исполнении лицензионного договора и договора об уступке товарного знака;

- о незаконном использовании наименования места происхождения товара. *<*

Другая категория споров подведомственна Российскому агентству по патентам и товарным знакам. Это обжалование решения по заявке на товарный знак (статья 13 Закона о товарных знаках), обжалование действия регистрации товарного знака на товарах, не обладающих едиными качественными или иными общими характеристиками (ст. 21), о досрочном прекращении регистрации товарного знака вследствие его неиспользования (ст. 22), о признании регистрации товарного знака недействительной (ст. 28), об аннулировании регистрации товарного знака в случае его превращения в обозначение, вошедшее во всеобщее употребление (ст. 29), об обжаловании решения по заявке на наименование места происхождения товара (ст. 34), о признании регистрации наименования места происхождения товара и свидетельства на право пользования наименованием недействительными (ст. 42).

В то же время статья 23 Закона закрепляет положение об исчерпании прав, основанных на регистрации товарного знака. Она не дает права владельцу запретить использование этого товарного знака в отношении товаров, которые были введены в хозяйственный оборот непосредственно владельцем знака или с его согласия.

Закон о товарных знаках позволяет владельцу товарного знака и обладателю свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара требовать прекращения незаконного их использования и возмещения причиненных убытков.

В отношении незаконного использования наименования места происхождения товара может быть назначена такая санкция, как внесение в доход местного бюджета суммы незаконно полученной прибыли, превышающей возмещение убытков. При этом иски по поводу незаконного использования наименования места происхождения товара правомочны заявлять обладатели свидетельств на право пользования ими, общественные организации, защищающие права потребителей, или прокурор (ст. 46Закона о товарных знаках).

С введением в действие нового УК РФ значительно ужесточены меры ответственности за незаконное использование товарного знака и впервые в уголовное законодательство введены меры ответственности за незаконное использование наименования места происхождения товара (ст. 180 УК РФ)

Следует отметить, что Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» в редакции 1995 года говорит о недопустимости продажи товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполнения работ, услуг (в том числе *с* незаконным использованием товарного знака).

В целях пресечения незаконного использования товарных знаков и наименований мест происхождения товаров, вводящих в заблуждение потребителей, могут быть применены положения Закона РФ от 7.02.92 г. «О защите прав потребителей» в редакции 1996 г. Исходя из статьи 8 этого Закона, изготовитель обязан своевременно представлять потребителям необходимую достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их компетентного выбора.

Российским Законом о товарных знаках (ст. 47) определено, что иностранные юридические и физические лица пользуются правами, предусмотренными настоящим Законом, наравне с юридическими и физическими лицами Российской Федерации в силу международных договоров Российской Федерации или на основе принципа взаимности.

Традиционно в качестве объектов торгового оборота выступают различного рода товары. Необходимо отметить, что “товар” как термин, имеющий правовое значение, не получил однозначного толкования и применения как в законодательстве, так и в юридической литературе.

В русском языке под товаром принято было понимать “запасы торговые, вещи, назначенные у купца в продажу, всё чем торгует, промышляет кто”5 . В литературе советского периода под товаром предлагается понимать: продукт труда (прежде всего - вещь, произведённую для продажи), предмет торговли6 . Из этих примеров видно, что товар как правовую категорию можно понимать в широком и узком значении.

Подобным образом обстоит дело и применительно к использованию данного термина в российском законодательстве. Так, например, по смыслу п. 1 ст. 454 ГК РФ, определяющего понятие договора купли-продажи, термины “вещь” и “товар” являются синонимами.

Очевидно, что применительно к п. 1 ст. 454 ГК РФ, термин “товар” понимается в узком значении, то есть как вещь. В тоже время в ст. 4 Закона РСФСР “О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках”7 приводится легальное определение товара, под которым следует понимать продукт деятельности (включая работы, услуги), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как видно, в данном случае, термин “товар”, применительно к указанному закону, применяется в своём широком значении.

В коммерческом праве под товаром принято понимать лишь предметы материального мира, то есть вещи. Таким образом, в коммерческом праве термин “товар” имеет не широкое, а узкое значение.

Общемировая практика не включает в торговые отношения сделки, направленные на снабжение электроэнергией, передаче в собственность судов водного и воздушного транспорта, ценных бумаг, денег и др. объектов. Так, ст. 2 Венской конвенции о договорах международной купли-продажи товаров 1980 г. исключает перечисленные выше объекты из сферы своего регулирования. Связано это в первую очередь с рядом обстоятельств:

- сделки по продаже ценных бумаг и денег существенно отличаются от сделок по купле-продаже обычных товаров и во многих странах регулируются императивными нормами;

- во многих правовых системах электроэнергия вовсе не рассматривается в качестве товара и её реализация имеет существенные особенности;

- исключение из сферы действия Конвенции судов водного и воздушного транспорта связано с тем, что в ряде правовых систем правовой режим этих объектов приравнивается к правовому режиму недвижимого имущества, что предполагает специальный порядок регистрации соответствующих сделок8 .

В коммерческом праве, помимо определения вопроса о том, какие объекты следует считать объектами торгового права, достаточно остро стоит вопрос о классификациях товаров, которые разрабатываются для различных целей (например, для определения таможенных тарифов и т.п.).

По цели использования товары подразделяют на:

1. товары потребительского назначения;

2. товары производственного назначения.

В свою очередь, товары потребительского назначения делятся на:

1. продовольственные товары;

2. промышленные товары.

Товары производственного назначения подразделяют на следующие виды:

1. основное оборудование;

2. вспомогательное оборудование;

3. узлы и агрегаты;

4. сырьё;

5. вспомогательные материалы.

Особое место отводится Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД), утверждённой постановлением Правительства РФ от 27.12.96 г. № 1560. Классификатор ТН ВЭД

служит основой для применения таможенных тарифов и регулирования ряда вопросов внешнеэкономической деятельности.

1. [↑](#footnote-ref-1)