

УДК 347.772

*Е. С. Угляница,  
курсант 2-го курса факультета милиции  
Могилевского института МВД  
Научный руководитель: Н. В. Пушко,  
доцент кафедры правовых дисциплин  
Могилевского института МВД,  
кандидат экономических наук, доцент*

## **ГЕНЕЗИС ПОНЯТИЯ «ТОВАРНЫЙ ЗНАК» В СОВРЕМЕННОЙ ЮРИДИЧЕСКОЙ НАУКЕ**

Понятие «товарный знак», историческими прообразами которого явились клеймо и тамга, берет свое начало еще в период зарождения современной цивилизации. Возникновение данного понятия связывается не только с развитием ремесленного дела, но и с широким распространением торговых отношений для идентификации происхождения товара. Особенно широкое распространение маркировка товара получила в Средние века и в эпоху Нового времени, когда с увеличением числа производителей и торговцев появилась необходимость не только в упрощении обозначения продукции, но и в совершенствовании товарного обозначения для подтверждения качеств товара, а также ряда свойств, которыми данный товар мог обладать.

В отечественном законодательстве моментом появления законодательного установления понятия «товарный знак» является издание в 1754 г. Указа «Об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными знаками», в целях совершенствования которого в 1830 г. был принят Закон «О товарных клеймах», а затем в 1896 г. — Закон «О товарных знаках» [1, с. 160–161]. Кроме того, начинается ведение реестра производителей в специально учрежденном Департаменте торговли и мануфактур, клеймение товаров вменилось производителю в обязанность. Послереволюционный период характеризуется введением в оборот понятия «производственная марка», а также вступлением нашего государства в Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности, ратификацией Мадридской конвенции о международной регистрации товарных знаков, что в совокупности оказало существенное влияние на формирование отечественного законодательства о товарных знаках, поскольку основополагающие моменты системы регистрации товарного знака, закрепленные в вышеупомянутой конвенции, были положены в основу современных нормативных правовых актов, принятых в Республике Беларусь.

В нашей стране термин «товарный знак» закреплен на государственном уровне, и под ним понимается обозначение, способствующее отличию товаров,

работ и (или) услуг одного лица от однородных товаров других лиц. Правоотношения по поводу товарного знака опосредуются Законом Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» [2], а также Гражданским кодексом Республики Беларусь. В качестве товарного знака в большинстве случаев могут выступать словесные обозначения, включая имена собственные, различные сочетания цветов, буквенные, цифровые, изобразительные, объемные обозначения, включая форму товара или его упаковку, а также комбинации таких обозначений и иные предусмотренные законодательством обозначения [3].

Регистрация товарного знака на имя организации или физического лица является основанием его правовой охраны, которая осуществляется в ГУ «Национальный центр интеллектуальной собственности» в порядке, предусмотренном законодательством, с выдачей свидетельства, удостоверяющего не только сам товарный знак, но и его приоритет, а также закрепляющего исключительное право владельца на него. День регистрации товарного знака одновременно является и днем получения исключительного права на него. Определение данной даты является исключительно важным, так как с этого момента любое использование товарного знака без разрешения владельца является нарушением его прав и подлежит судебной защите.

Под нарушением исключительного права на товарный знак понимается его использование или обозначение товарного знака, сходного с ним до степени смешения, без надлежащего на то разрешения владельца, которое выражается в совершении действий в отношении однородных товаров, а также неоднородных товаров, обозначенных товарным знаком, признанным общеизвестным в Республике Беларусь. Например, если стороны заключили договор о лицензионном использовании товарного знака на определенный вид продукции, а вместо оговоренного вида под товарным знаком данного бренда продается другой, не указанный в договоре товар, это может повлечь неблагоприятные последствия для лицензиата.

Нельзя также не отметить, что не признается нарушением исключительного права на товарный знак его использование в отношении товаров, правомерно введенных в гражданский оборот на территории государств — членов Евразийского экономического союза непосредственно владельцем товарного знака или другим лицом с согласия владельца такого знака. Так, это происходит в случае, когда владелец товарного знака заключил договор о его использовании другой стороной при реализации своей продукции на территории другого государства.

Таким образом, появление такого понятия, как «товарный знак», позволило не только произвести индивидуализацию одного товара от другого, но и персонализировать ответственность за ненадлежащее качество товара, а также

защитить добросовестных производителей от проявления недобросовестной конкуренции. основополагающим нормативным правовым актом в сфере применения и правового регулирования товарного знака является Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания», он предоставляет правообладателям широкие возможности для защиты своих исключительных прав на товарные знаки.

1. Бобылева М. Н. Теоретико-методологические основы охраны товарного знака // Вестн. Москов. ун-та МВД России. 2020. № 4. С. 160–162. [Вернуться к статье](#)

2. О товарных знаках и знаках обслуживания [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 5 февр. 1993 г., № 2181-ХП : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2023 г. Доступ из информ.-поисковой системы «ЭТАЛОН». [Вернуться к статье](#)

3. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 03.01.2023 г. Доступ из информ.-поисковой системы «ЭТАЛОН». [Вернуться к статье](#)