

УДК 347.77

**Куликова Мария Михайловна***магистрант,**кафедра гражданского права и процесса,**Байкальский государственный университет,**г. Иркутск, Российская Федерация,**e-mail: m.m.kulikova17@mail.ru*

НАИМЕНОВАНИЕ МЕСТА ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА КАК СРЕДСТВО ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается понятие и признаки наименования места происхождения товара как средство индивидуализации. Изучается законодательное определение и его признаки. Дается характеристика каждому из выделенных признаков. Выделяется проблема соотношения народного промысла и регистрации наименования места происхождения товара как возможный риск сокращения и утраты народного промысла. Делается вывод о необходимости изучения данной проблемы в науке и соответствующего законодательного регулирования.

Ключевые слова: Гражданский кодекс Российской Федерации, результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации, наименование места происхождения товара.

Maria M. Kulikova*Master's Degree Student,**Department of Civil Law and Procedure,**Baikal State University,**Irkutsk, Russian Federation,**e-mail: m.m.kulikova17@mail.ru*

THE NAME OF THE PLACE OF ORIGIN OF THE GOODS AS A MEANS OF INDIVIDUALIZATION

Abstract. The article discusses the concept and features of the appellation of origin as a means of individualization. The legislative definition and its features are being studied. The characteristic of each of the selected features is given. The problem of the correlation of folk art and the registration of the appellation of origin of goods is highlighted as a possible risk of reduction and loss of folk art. It is concluded that it is necessary to study this problem in science and appropriate legislative regulation.

Keywords: The Civil Code of the Russian Federation, the results of intellectual activity, means of individualization, the name of the place of origin of the goods.

В современном мире интеллектуальная собственность, результаты интеллектуальной деятельности, интеллектуальные права становятся ключевым объектом внимания, как со стороны законодателя, так и со стороны практического применения. Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ) [1, 2], в качестве самостоятельного объекта гражданских прав закрепил интеллектуальную собственность, что предполагает участие результатов интеллектуальной деятельности в гражданском обороте и извлечение из нее прибыли, либо иного использования по усмотрению автора или правообладателя. Интеллектуальная собственность имеет собственную специфику и существенным образом отличается от иных объектов гражданских прав, так как имеет двойную природу – с одной стороны, это идеальный мысленный образ, но с другой стороны, для того, чтобы этот образ как результат интеллектуальной деятельности защищался законом, ему необходимо придать определённую форму.

Глава 76 ГК РФ посвящена отдельным видам охраняемых в России средств индивидуализации – фирменному наименованию, товарному знаку и знаку обслуживания, наименованию места происхождения товара, коммерческому обозначению. К средствам индивидуализации относят фирменное наименование юридического лица, товарный знак (знак обслуживания), коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара, доменное имя и др. В рамках российского законодательства средства индивидуализации приравнены к результатам интеллектуальной деятельности, на которые установлено исключительное право интеллектуальной собственности. Средства индивидуализации как объект интеллектуальной собственности является наиболее универсальными, а режим его правовой охраны наиболее полным образом учитывает особенности их использования [3, с. 205].

Правовое регулирование результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации выступают в качестве эффективного способа защиты прав правообладателей, а также являются инструментом упорядочения гражданского оборота, как на внутреннем, так и на внешнем рынке [4, с. 97].

Нормативное определение наименования места происхождения товара как средства индивидуализации закреплено в п. 1 ст. 1516 ГК РФ, под которым понимается историческое или современное, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, различных видов поселений, местности или иного географического объекта, включающее такое наименование, либо производное от него, получившее известность и узнаваемость в результате его использования в отношении товара или продукции, особые свойства которого исключительно определяются специфическими для данного географического объекта людскими факторами и (или) природными условиями.

Следует отметить, что использование в названии продукции географического указания или географического названия местности производства товара исторически использовалось раньше, чем получило правовое регулирование. Историческим примером таких случаев будет наименование таких товаров как «персидский ковер», «китайский шелк», «японский фарфор» и т.д. Указание на

ISSN 2658-7823

место происхождения товара использовалось для обозначения местности его происхождения [5, с. 524].

Следует согласиться с мнением о том, что значение наименования места происхождения товара как средства индивидуализации значительно шире, чем защита прав правообладателей и взаимосвязь товара с определенным местом его происхождения. Возникновение такого права определяется особым экономическим смыслом, состоящим в узнаваемости, популярности и востребованности товара у потребителя, его особых свойств и характеристик, которые влияют на выбор потребителя в пользу именно этого товара. При этом, особые характеристики товара обусловлены и неразрывным образом связаны именно с определенным географическим объектом, это могут быть как особое расположение местности, природные свойства, особые характеристики флоры и фауны [6, с. 73].

Кроме того, появление этого продукта (товара) может быть обусловлено историческими факторами, и в данной местности он мог производиться в течение длительных исторических периодов, на его производства могли влиять культурные традиции, фольклорные особенности, иные факторы [7, с. 216].

Соответственно, исходя из нормативного определения наименования места происхождения товаров, можно выделить ряд признаков изучаемого правового института [8, с. 29]:

1. Наименование места происхождения товара в обязательном порядке состоит, либо включает в себя наименование географического объекта. Э. П. Гаврилов и К. М. Гаврилов подчеркивают, что местность может определяться естественными границами географического объекта, связанными с репутацией определенного региона [9, с. 29]. При этом, это не обязательно название страны или субъекта Российской Федерации, но и наименование различных населенных пунктов, части регионов, наименования рек, озер, гор, иных местностей. В качестве другой составляющей такого наименования часто выступает видовое название продукции или товара, например, «байкальский омуль», «тульский пряник», «тульский самовар», «оренбургский платок» и т.д. Вместе с тем, наименование может включать только название местности или географическое наименование – «Дербент», «Арабат» и т.д.

2. Неотъемлемой составляющей места наименования происхождения товара является не только географическая местность, но и особые природные свойства, природные условия и людские факторы. К особым природным условиям относятся климат, количество солнечных дней, растительность, близость моря, горных районов, расположение над уровнем моря, почвенный состав, качество питьевой воды и ее особый состав и т.д. К людским факторам относятся культурные обычаи, традиции, фольклорная составляющая, профессиональные навыки, умения, секреты производства, особенная рецептура, накопленная в результате передачи опыта из поколения в поколение. В частности, производство коньяка «Арабат» обусловлено особыми географическим положением вино-

градников, природными свойствами места их произрастания, особыми сортовыми качествами и традициями изготовления коньяка.

3. Известность продукции, обусловленной ее связью с определенной географической точкой, как правило, связано с длительной историей такого товара или продукта. Например, определённую известность имеют валдайские колокольчики, начало изготовления датированных колокольчиков относят к 1802 году, но установлено, что на Валдае они отливались и раньше. Узнаваемость данному виду продукции придает особое звучание и форма колокольчиков, производимых из определенных сплавов и имеющим секрет производства.

4. Наименование места происхождения товара и его регистрация обусловлены так же особыми свойствами товара (продукции), под которыми следует понимать такие свойства товара (продукции) которые отличают его от схожих и идентичных товаров, которые были произведены в других местностях. При этом, законодатель подчеркивает, что такие особые качества должны иметь взаимосвязь с людскими факторами и природными условиями определено местности. Другой критерий таких особенных свойств, которые позволяют регистрировать наименование места происхождения товара, является их устойчивость, повторяемость.

Юридически, наименование места происхождения товара как средство индивидуализации может регистрироваться как физическим лицом, так и принадлежать нескольким гражданам.

Вместе с тем, в рамках института наименования места происхождения товара существует серьёзная проблема, связанная с возможной утратой народного промысла, который автоматически ограничивается в связи с регистрацией наименования места происхождения товара одним или несколькими лицами, и получения, соответственно, исключительного права на его использование.

В. С. Знаменская отмечает, что регистрация наименования места происхождения товара имеет своей целью так же и сохранение уникального продукта, способа и рецептуры его производства [10, с. 52]. Но с другой стороны, регистрация наименования места произведения товара одним лицом, лишает права использовать такое же название остальным лицам, которые занимаются производством продукции народного промысла по историческим традициям, культуры определенного региона.

А. В. Яровая в своем исследовании приводит в качестве примера ситуацию с оренбургскими пуховыми платками, когда в результате регистрации наименования места происхождения товаров юридическим лицом, население Оренбургской области, занимавшееся данным видом народного промысла, потеряло право называть производимую продукцию не только оренбургский платок, но и присваивать ей иные названия, которые до степени смешения имеют сходство с первоначальным названием: пуховый платок из Оренбурга, Оренбургский платок, платок из Оренбурга, оренбургская паутинка и другими [8, с. 204].

И здесь проблема перерастает в следующую. Юридическое лицо, зарегистрировавшее наименование места происхождения товара «оренбургский платок» в первую очередь преследует коммерческие цели, а не сохранение традиций вязания платков из пуховой нити. Поставленный на поток, данный товар неизбежно утратит индивидуальность как штучное уникальное изделие, замененное технологическим процессом, будет производиться уже по новым технологиям, в результате, как нам представляется, смысл регистрации наименования места происхождения товара будет утрачен, так как будут изменены условия производства такого изделия, будет утрачен так же и такой признак изделия, как людской фактор.

Из данной ситуации возникает следующая проблема – если лицо, зарегистрировавшее наименование места происхождения товара изменяет технологический процесс изготовления товара, например, пользуется сырьем, которое не только производится на территории зарегистрированного в названии географического объекта, и которое играет важную роль в процессе изготовления, но и изменяет процесс изготовления, сложившийся исторический и основанный на культурных традициях местности производства, в результате производимая продукция хотя и не имеет существенных изменений, но при этом изменяется для конечного потребителя таким образом, что является неотличимой от группы схожих товаров – должно ли быть сохранено наименование места происхождения товара в данном случае.

Полагаем, ответ должен быть отрицательным, но законодатель ответа на него не дает, равно как в законе не содержится круг лиц, имеющих право обжаловать данную ситуацию и требовать отмены или прекращения регистрации наименования места происхождения товара.

Полагаем, данная проблема имеет более глубокий характер и нуждается в детальной и тщательной разработке. Все же необходимо учитывать, что некоторые виды промысла и народного творчества являются достоянием населения, проживающего на определенной территории, производятся, чаще всего, индивидуально, либо на небольших семейных предприятиях, тогда как регистрация наименования места происхождения товара подразумевает не штучное, но серийное производство и чаще преследует не цель сохранения производства и уникального товара, а удовлетворение коммерческого интереса лиц, зарегистрировавших наименование места происхождения товара.

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая : Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 14.04.2023 г.) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая : Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 05.12.2022 г.) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496.

3. Брякина А. В. Правовой режим и защита исключительных прав на средства индивидуализации / А. В. Брякина // Инновационные технологии и технические средства для АПК: материалы международной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов / под общ. ред. Н. И. Бухтоярова, Н. М. Дерканосовой, В. А. Гулевского. Воронеж, 2016. С. 205-210.
4. Складорова Я. В. Защита прав на наименования места происхождения товара и географические указания в антимонопольном законодательстве Российской Федерации / Я. В. Складорова // Формирование экосистемы интеллектуальной собственности. тезисы докладов участников XXV Международной конференции Роспатента. Москва, 2021. – С. 97–102.
5. Право интеллектуальной собственности : учеб. / под ред. И. А. Близнаца. Москва : Проспект, 2017. – 896 с.
6. Мудрая Д. А. Наименование места происхождения товаров, страна происхождения товаров, маркировка пищевой продукции: соотношение понятий и общая характеристика / Д. А. Мудрая // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 69-4. – С. 72–76.
7. Крылова Е. В. К вопросу о правовой сущности наименования места происхождения товаров / Е. В. Крылова // Социально-экономические, юридические и философские проблемы современности. Материалы XXV Всероссийской научно-практической конференции. Рязань, 2022. – С. 216–217.
8. Яровая А. В. Наименование места происхождения товара: отдельные проблемы теории и практики / А. В. Яровая // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – № 5 (57). – С. 201–207.
9. Гаврилов Э. П. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров: необходимы серьезные изменения / Э. П. Гаврилов, К. М. Гаврилов // Патенты и лицензии. – 2014. – № 4. – С. 25–36.
10. Знаменская В. С. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров в России и за рубежом: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. / В. С. Знаменская. – М., 2016. – 259 с.