

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права  
и процесса

**Правовая охрана товарного знака по российскому гражданскому  
законодательству**

**АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

студента 4 курса 431 группы  
направления подготовки 40.03.01 «Юриспруденция»  
юридического факультета

Гребнева Даниила Романовича

Научный руководитель  
доцент кафедры гражданского  
права и процесса  
к.ю.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

М.К. Ананьева

Заведующий кафедрой  
гражданского права и процесса  
к.ю.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Е.Н. Тогузаева

С а р а т о в  
2026

**Актуальность темы исследования.** Средства индивидуализации – одни из основных элементов гражданско-экономической сферы общественной жизни, т.к. без них не обходится практически ни одна коммерческая организация. Они позволяют выделить участника экономических отношений или его товар (услуги) среди множества других участников рынка. Согласно российскому гражданскому законодательству, выделяют следующие виды средств индивидуализации (глава 76 ГК РФ): фирменное наименование, коммерческое обозначение, географическое место указания, наименование места происхождения товара, знак обслуживания и товарный знак.

Именно товарный знак имеет важнейшее значение, потому что, как правило, именно на него обращают внимание покупатели во время похода в магазин или случайного просмотра рекламы. Эта природа товарного знака позволяет ему быть не только предметом юридических наук, но также социологических и экономических, например, маркетинга.

Также товарный знак - один из тех институтов российского гражданского права, которые тесно связаны и с международным частным правом. Например, крупные транснациональные корпорации зачастую выпуская новый товар регистрируют право на товарный знак практически во всех странах, где такой институт предусмотрен.

Вместе с тем как раз товарный знак наиболее часто, по сравнению с другими средствами индивидуализации, является предметом споров. Так, например в 2024 году таких судебных споров, связанных с товарными знаками, было 18,1 тыс., когда как следующих по популярности споров, где предметом стали фирменное наименование, было насчитано за 2024 год всего лишь 0,171 тыс<sup>1</sup>.

Такая частота различных конфликтов интересов связанных с использованием товарных знаков породила большое обилие судебное практики

---

<sup>1</sup> В России растет число разбирательств вокруг авторских и смежных прав. — Текст : электронный // КОММЕРСАНТЪ : [сайт]. — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7602696> (дата обращения: 16.06.2026).

и позволила вскрыть многие проблемы правового регулирования и охраны товарных знаков.

Из вышеописанного следует, что **актуальность темы** заключается в том, что товарные знаки, будучи одним из видов средств индивидуализации и выступающие предметами самых разных наук: социология, маркетинг, экономика, прав и др., в своей сути, являются неотъемлемой частью жизни современного общества, с которой мы ежедневно взаимодействуем. Товарные знаки являются лицом не только товара, но и его производителя. В тоже время, именно в рамках данного института зачастую происходят множество споров, как правило, доходящих до судебного разбирательства, что в свою очередь свидетельствует о наличии некоторых проблем в контексте правовой охраны товарных знаков.

**Объектом исследования** являются общественные отношения и их производные, возникающие вокруг прав на товарные знаки, их использования и т.п., в том числе и правовая охрана товарных знаков.

**Предметом исследования** являются правовые нормы, регулирующие общественные отношения, связанные с правовой охраной товарных знаков в российской правовой системе.

**Целью бакалаврской работы** является комплексно-правовое анализ института правовой охраны товарных знаков по российскому гражданскому законодательству.

В соответствии с целью бакалаврской работы определены следующие **задачи**:

- изучить историю развития правового института товарных знаков на международном уровне и в России;
- проанализировать действующее гражданское законодательство, регламентирующий институт правовой охраны товарных знаков в России;
- провести сравнительно-правовой анализ международных соглашений в сфере правовой охраны товарных знаков;

- исходя из результатов анализа правоприменительной практики и исследования научной литературы, посвящённой избранной проблематике, выявить основные проблемы правовой охраны товарных знаков в России;

- разработать возможные решения некоторых проблем в соответствии с современным уровнем развития общества.

**Степень разработанности темы.** В специальной научной литературе проблемы защиты авторских прав были изучены рядом ученых-правоведов, такими как: Дозорцев В. А. Карпычев М. В. Кондратьева Е.А Гаврилов Э.П., Еременко В.И. и др. Особого внимания заслуживает диссертационное исследование Халилова Д.З. «Правовые проблемы приобретения и осуществления исключительных прав на товарный знак и знак обслуживания субъектами предпринимательской деятельности».

**Теоретическую основу** исследования составили труды экспертов в области интеллектуальной собственности, в частности работы Афанасьевой В.И. Баттахова П.И., Гончарова Р. М. Горян Э. В., Кузнецова В. М. и др.

**Нормативная база** исследования включает в себя Конституцию Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации, Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации, в том числе федеральные законы и подзаконные нормативно–правовые акты, регулирующие отношения, возникающие в сфере использования товарного знака.

**Эмпирическую базу** исследования составляет судебная практика Верховного суда Российской Федерации, арбитражных судов рассмотрения споров о защите права на товарный знак.

**Методология исследования.** В рамках проведения настоящего исследования были использованы общенаучные методы познания (диалектический, логический, системный), а также частно - научные (сравнительно-правовой, формально-юридический, правового моделирования). Использование перечисленных методов позволило исследовать поставленные в

работе вопросы комплексно и поспособствовало наиболее полному пониманию как теоретических, так и практических аспектов настоящей работы.

**Апробация результатов работы.** Основные положения и выводы бакалаврской работы были представлены в рамках крауд-платформы Форума «Сильные идеи для нового времени». По теме исследования на указанной платформе размещена следующая авторская идея, отражающая теоретические и практические результаты работы:

Гребнев Д. Р. Использование сиамских нейронных сетей для автоматического определения сходства до степени смешения различных товарных знаков // Крауд-платформа сбора идей Форума «Сильные идеи для нового времени». – URL: <https://идея.росконгресс.рф/improject-217115/ideas/257547> (дата размещения: 07.06.2026 г.).

**Структура работы** включает введение, две главы с взаимосвязанными параграфами, заключение, а также список источников, которые изучены и использованы в ходе исследования.

## **Основное содержание работы**

**Глава 1 «Товарный знак как объект интеллектуальной собственности»** посвящена исследованию истории становления и развития института правовой защиты товарного знака в России и мире, а также исследованию современного правового регулирования указанного института в национальной правовой системе и его взаимоотношения с международным регулированием правовой охраны товарного знака.

**В параграфе 1.1. «Институт товарных знаков: историко-правовой аспект»** прослежен процесс возникновения и развития механизмов правовой охраны товарного знака как в мировой истории, так и в истории отечественного правового регулирования. Некоторое внимание уделяется и развитию форм товарных знаков, от древнейших клейм до современных комплексных обозначений.

Из основных источников правового регулирования в мировой истории можно назвать: Указ английского парламента 1266 г., который впервые законодательно урегулировал отношения в области клейм; Закон о фабричных и товарных знаках, принятый во Франции в 1857 году; Закон Великобритании о регистрации товарных знаков 1875 года; Парижская конвенция по охране промышленной собственности 1883 года, которая и сегодня в измененном виде является основным актом международно-правового регулирования указанного института.

В отечественной истории особого внимания заслуживают следующие акты: Новоторговый устав 1667 года; Указ Правительства 1754 года, устанавливающий обязательное клеймение всех товаров, произведенных в России; Указ Сената «О положении о клеймении фабричных изделий» 1830 года; Закон «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)» 1896 года.

Исключительно уникальным является советский опыт правового регулирования, что во многом связано со спецификой общественного и экономического развития СССР. За все время существования советского

государства принималось множество различных сменяющих друг друга актов регулирования данного института правовой охраны товарного знака и производственной марки.

**В параграфе 1.2. «Правовая охрана товарного знака по современному российскому гражданскому законодательству»** отмечается, что товарные знаки – обозначения, выражающиеся в различных формах (изобразительные, словесные, звуков, объёмные и другие) и подлежащее правовой охране в соответствии с действующим законодательством. При этом охраняются лишь те обозначения, которые зарегистрированы в специальном органе (Роспатенте). Права на товарный знак включают в себя сугубо исключительные права, поскольку законодатель не предусматривает возможность авторства.

Субъектом на данный момент может быть любое лицо, в том числе и физические лица без статуса индивидуального предпринимателя.

В сущности, у правообладателя есть два основных права, касаемых правовой охраны товарного знака – право запрета на использование его обозначение, которое распространяется на неопределенный круг лиц и действует пока правообладатель не применит свое активное право на разрешение конкретным лицам использования своего обозначение, иными словами данный институт состоит из двух основных прав – пассивного и активного, при этом преобладающим можно назвать пассивное, то есть право на запрет.

Правовая охрана имеет формально срочный характер, и защищает обозначение в течение 10 лет с момента регистрации, однако данный срок может быть продлен еще на 10 лет неограниченное число раз. Исключением является особый вид товарного знака – общеизвестные товарные знаки, срок правовой охраны которых неограничен, но прекращается если такое обозначение утратит статус общеизвестного.

Важным элементом данного института является система классов мкту, поскольку правовая охрана товарных знаков, за исключением общеизвестных

товарных знаков, действует исключительно в рамках классов мкту, указанных в свидетельстве на товарный знак.

При этом товарный знак как обозначение должен соответствовать требованиям законодательства, которые установлены в соответствующих статья гражданского кодекса.

**В параграфе 1.3. «Правовой режим товарных знаков на международном уровне и его влияние на российское гражданское законодательство»** автором отмечено, что в условиях современной глобальной экономики, мировом распределении труда и международных экономических связях, данный институт преимущественно регулируется именно на международном уровне, когда как национальные законодательства должны полностью соответствовать международным актам. Современное правовое регулирование в России тесно связано с теми международными обязательствами, которые наша страна взяла на себя в 1990-х. Важнейшими актами в данном аспекте можно назвать: Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности 1883 г.; Марракешское соглашение об учреждении ВТО (Всемирной торговой палаты) 1994 г.; Различные акты ВОИС (Всемирной организации интеллектуальной собственности); Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (TRIPS) 1994 г.

**Глава 2. «Правовое регулирование правоотношений в сфере охраны и защиты товарного знака: проблемы правоприменения»** раскрывает проблематику, основанную на судебных актах и различных спорах, практического применения норм законодательства в сфере правовой охраны товарного знака, а также рассматривает перспективы развития законодательство в данной сфере с учетом возникших проблем.

**В параграфе 2.1. «Правовые и практические барьеры реализации охраны и защиты товарных знаков»** выявлены следующие проблемы данного института:

1. Неоднородность судебных решений, их некоторое противоречие;
2. Загруженность судов, рассматривающих дела, связанные с правовой

охраной товарного знака.

3. Сложность проведения экспертизы по существу в рамках общей процедуры регистрации и непосредственно при рассмотрении возникших споров судебными органами.

4. Некоторое противоречие норм права и фактического положения дел, в частности переход некоторых обозначений во всеобщее употребление для соответствующей категории товаров и услуг (например, Xerox), но сохранение при этом правовой охраны.

**В параграфе 2.2. «Перспективы развития законодательства в сфере правовой охраны и защиты товарного знака»** представлены возможные варианты развития законодательства и правовой охраны товарного знака в целом. Для решения проблем, выявленных в предыдущем параграфе автором, представляется целесообразным применить или внедрить следующие меры:

1. Использование искусственного интеллекта для проведения автоматической экспертизы для проверки сходства до степени смешения;

2. Дополнительное урегулирование товарных знаков, фактически вошедших во всеобщее употребление для соответствующей категории товаров, но не потерявших правовую охрану по тем или иным причинам;

3. Развитие законодательства в рамках общей политики, направленной на защиту русского языка, по аналогии с регулированием информации, предназначенной для публичного ознакомления потребителя в информационном праве.

**В заключении** подведены итоги исследования, обобщены полученные в работе научные результаты и приведены некоторые предложения по усовершенствованию действующего законодательства в сфере развития института правовой охраны товарного знака.