

## Търговски сделки с интелектуална собственост

гл. ас. д-р Беанета Василева

**Commercial Transactions With Intellectual Property:** *Commercial transactions with intellectual property is an important medium for deriving profit by the merchants, a way public to benefit from the innovative and revolutionary products of the human intellect. There are several ways for transactions but as far as commercial transactions are concerned it is the license contract which is regulated by the Bulgarian Commerce Act. The franchise and merchandise contracts as well as outsourcing are to be implemented in the Bulgarian law in the further development of the legal regulations in national legal system.*

**Key words:** *companies, licensing, merchandising, outsourcing, intellectual property, industrial property, trade mark, patents.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Интелектуалната собственост е съвременен и динамично развиващ се отрасъл на правото. Като икономическо понятие интелектуалната собственост е нематериален актив, който носи печалба за свити притежатели. Интелектуалната собственост е разделена на две основни категории – индустриална собственост и авторско право. Притежаването на интелектуална собственост предоставя за притежателя ѝ редица икономически предимства, а сделките с обекти на интелектуална собственост са един от видовете сделки, които придават качеството търговец на лицата, които системно сключват такива сделки.

### ИЗЛОЖЕНИЕ

Търговските сделки с обекти на интелектуална собственост притежават всички характеристики на родовото понятие „сделка“. Сделките с интелектуална собственост, както и всеки друг вид сделка представляват правомерен юридически факт, който има за съществена част волеизявлението на едно или повече лица, насочен към пораждането на гражданско-правни последици, съдържанието на които се определя от самото волеизявление. Сделките с интелектуална собственост са правното средство продуктите на човешкия интелект да бъде използвани.

Търговската сделка е понятие на търговското право, а легалното ѝ определение се съдържа в чл. 286 на Търговския закон. Съгласно уредбата в тази норма, задължително е една от страните по сделката да бъде търговец, но независимо от качеството на лицата, които сключват сделката, същата се приема за търговска ако е сделка по чл. 1 от Търговския закон. Дори в случаите, когато само едната от страните е търговец, приложение намират разпоредбите за търговските сделки.

Спецификата на сделките с обекти на интелектуална собственост произтича от самата специфика на съдържането на правото върху обекти на интелектуална собственост. Юридическата природа на правата върху нематериалните блага се отличава със своя абсолютен и изключителен характер, като носителят на това право може да го противопостави на всяко трето лице [2]. Самата природа на правото върху интелектуална собственост, като специфично право върху продукт, който е еманация на човешкия интелект, варира от един вид в друг вид. Видовете права се различават по продължителността във времето на даденото право, по начина на възникване, например с тяхната регистрация, докато други възникват със самото им създаване.

Самата природа на продуктите на интелектуалната собственост са насочени единствено до онази специфична за човека дейност, чрез която се създават продукти резултат от неговата интелектуална дейност. С развитието на стоково-паричните отношения, тези продукти имат все по-голяма ценност и значение за икономиката и стопанския обмен. Ето защо и сделките с продукти на интелектуалната собственост придобиват все по-голямо значение. По своята същност сделките и интелектуална собственост са сделки между равнопоставени субекти.

В системата на правото на интелектуалната собственост се включват авторско право и правото на индустриална собственост. Явно единственият способ, за да се използва даден продукт на човешкия интелект е сключването на сделка, с която пришежателят на правото на собственост да отстъпи на друго лице ползването му срещу съответно възнаграждение.

Правата върху обекти на интелектуална собственост най-общо могат да се класифицират на имуществени и неимуществени. Правото върху интелектуална собственост е изключително и абсолютно. То включва правото на титуляра на интелектуалния продукт да използва продукта и да забрани на трети лица да го използват без негово съгласие. Когато титулярът на продукта е съпришежание, тогава всеки един от съпришежателите може да го използва в пълен обем освен, ако не е уговорено друго между съпришежателите.

Националните правни източници, които регулират обществените отношения във връзка с възникването, прехвърлянето и прекратяването на правото върху интелектуална собственост регламентират както нематериалните, така и материалните права.

Класическо правно средство за предаване на технологии и за придобиване и предоставяне на права върху обекти на индустриална собственост, научно-технически резултати, и ноу-хау, и шоу-хау е лицензионният договор. Той е и единствената търговска сделка, която е регламентирана в българското право, чиято регламентация се съдържа в Търговския закон. Правото на собственост върху продуктите на човешкия интелект могат да бъдат прехвърляни и чрез гражданско правно сделки, но единствено лицензионният договор е включен в нашето право като вид търговска сделка.

В практиката отдавна съществуват и други видове сделки, които както по субективен, така и по обективен критерий са сделки между търговци и с които се уреждат търговско-правни отношения. Така понятия като франчайзинг, мърчандайзинг и аутсорсинг са понятия, които устойчиво навлязоха в съвременната бизнес среда и правна действителност и представляват важна тенденция в работата на предприятията. Понятието франчайзинг срещахме в Преходните и заключителни разпоредби на Закона за корпоративното и подоходно облагане, където за целите на закона е обяснено значението на понятията франчайз и франчайз-договор. Логично е обаче да се търси и изрична уредба на института в Търговския закон като търговска сделка.

Лицензионният договор е намерил правна регламентация в българското право, на първо място в Търговския закон, в чл. 31, ал. 1 на Закона за патентите и регистрацията на полезните модели, в чл. 26 на Закона за промишления дизайн, чл. 22 от Закона за марките и географските означения, в които изрично се посочва, че правното средство за разпореждане с права върху интелектуална собственост е лицензионният договор.

Съдържанието на лицензионния договор е уредено в чл. 587 до 599 от Търговския закон, който определя неговото минимално съдържание. Предметът на лицензионния договор е изчерпателно установен в чл. 587, а именно: изобретение, полезен модел, промишлен образец, марка, топология на интегрална схема или производствен опит. Носителят на правото отстъпва изцяло или частично ползването му на друго лице, срещу възнаграждение. Според правната доктрина лицензионният договор е такъв договор, с който носителят на право върху изобретение, промишлен дизайн, марка или производствен опит – наричан лицензодател, отстъпва срещу възнаграждение изцяло или отчасти на лицензополучателя ползването му. Договорът за лицензия е двустранен, възмезден, консенсуален и формален. Лицензионният договор е търговски договор, сключван между търговци, свързан с осъществяването от тях търговска дейност. Предметът на договора зависи от вида на правата, които лицензодателят отстъпва на лицензополучателя. Лицензионният договор е двустранен договор. Права и задължения по него възникват и за двете страни на правоотноше-

нието. Лицензополучателят е длъжен да плати цената, а лицензодателят да отстъпи ползването на принадлежащото му право върху изобретението, промишления дизайн, марка или производствен опит. Плащането на възнаграждение, обозначава лицензионния договор като възмезден.

Договорът е комутативен тъй като и двете страни по правоотношението са наясно с дължимите по договора престации и то към момента на сключването му.

Договорът е консенсуален и формален. Консенсуален е, тъй като за неговото сключване е достатъчно постигането на съгласие между страните. Не е необходимо предаване на вещь, или извършване на услуга, за да се сключи договора.

Договорът е формален. Той трябва да бъде сключен в писмена форма, според чл. 587, ал. 2 от Търговския закон. Писмената форма, обаче се сключва с цел валидността на договора, а не с цел неговото доказване. Формалността на договора може да бъде предположена и без изричното изискване на закона, поради изискването същият да бъде вписан, в регистъра към Патентното ведомство.

С лицензионния договор може да се предостави изключителна, неизключителна, пълна или ограничена лицензия за изобретение или полезен модел. При предоставяне на изключителна лицензия, същата трябва да е изрично уговорена. С това лицензодателят поема задължението да не предоставя на друго лице лицензии със същия предмет. Единствено при изрична уговорка лицензодателят може да използва лицензираното изобретение. Лицензионният договор има действие спрямо трети лица от датата на вписването му в регистъра на Патентното ведомство. По отношение на търговската марка, промишления дизайн, лицензията може да бъде изключителна или неизключителна.

В чл. 594 от Търговския закон е регламентирана лицензията на марка. При лицензията на марка лицензополучателят е длъжен да осигурява качеството на стоката, което съответства на марката и е станало известно на потребителите преди сключването на договора. Лицензополучателят е длъжен да обозначава с марката единствено стоката, за която е получена лицензията.

Задълженията на лицензодателя са да отстъпи изцяло или отчасти ползването на правото върху изобретението, полезния модел, търговската марка или промишления дизайн, производствен опит или ноу-хау на друго лице, което е лицензополучателя по договора. Специфичното в случая е, че предмет на договора може да бъде както изобретение, за което има вече издаден патент, така и изобретение, което е заявено и за което издаването на патент предстои.

Сключването на лицензионен договор за промишлен дизайн се подчинява на правилата, валидни за изобретение и полезен модел.

Страните уговарят териториално действие на лицензионния договор. Обикновен при липса на изрично упоменаване на териториалното действие на лицензията, се счита, че договорът има действие на цялата територия на Република България. Териториалният обхват на действието на договора за лицензия има значение за определянето и на размера на възнаграждението по договора.

Правото върху интелектуалната собственост има редица сходства с правото на собственост върху материални блага, или правото върху вещи. Подобно на правото на собственост върху вещи и правото върху интелектуална собственост е абсолютно, изключително и всеки, който е титуляр на това право може да забрани на всяко трето лице да използва обекта на неговото право.

Лицензионният договор има прилики с договора за търговско представителство. Подобно на изключителното търговско представителство, което е ограничено за определена територия или клиентела, и лицензионния договор има действие за определена територия, когато е уговорено изрично. При липса на изрично упоменаване на териториалното действие на лицензията, се счита, че договорът има действие на цялата територия на Република България. Териториалният обхват на действието на договора за лицензия има значение за определянето на размера на възнаграждени-

ето по договора. Размерът на възнаграждението при търговското представителство също зависи от териториалното действие на изключителното търговско представителство.

Договорът за лицензия и договорът за търговско представителство в широк смисъл имат общи черти и по отношение на задължението за пазене на търговската тайна за сведенията и фактите, които са станали известни на страните във връзка с дейността или във връзка с предоставената лицензия. Систематичното място на търговската тайна е в раздел IV на Глава шеста за търговското представителство, което указва за близостта на тези два института на правото. Член 52 от Търговския закон съдържа задължението прокуристът, търговският пълномощник, търговският помощник, търговският представител и търговският посредник при осъществяване на дейността да пазят търговската тайна на лицата, възложили им извършването на определена работа, както и техния търговски престиж.

Независимо че легално определение за търговска тайна в Търговския закон липсва, такова все пак съществува в Закона за защита на конкуренцията в §1, т. 10 на заключителните разпоредби, където под „производствена или търговска тайна“ трябва да се разбират факти, информацията, решенията и данни, свързани със стопанска дейност, чието запазване в тайна е в интерес на правоимащите, за което те са взели необходимите мерки.

По смисъла на чл. 37 от Закона за защита на конкуренцията се забранява узнаването, използването или разгласяването на производствена или търговска тайна в противоречие с добросъвестната търговска практика. Забранява се използването или разгласяването на производствена или търговска тайна и когато тя е узната или съобщена при условие да не бъде използвана или разгласявана. [4]

През последните години, в общественото пространство и в практиката наложиха своето съществуване договори, които не са обхванати от Търговския закон или от другите източници на националното ни право. Системното извършване на такъв вид сделки именно от търговци, налага изводът, че това са търговски сделки. Такъв вид договор, с широко разпространение е договорът за франчайз. Въпреки съществуващата празнота в законодателната ни уредба на българския „пазар“ присъстват големи интернационални компании като "Кока - кола", "Макдоналдс", "Шел" и други, които са изградили и развили своя бизнес под формата на франчайзинг. Все повече франчайзингът се използва и от по-малки компании предвид потенциала, който институтът на франчайзинга предлага, както за уреждането на отношенията между страните по договора, така и с оглед реализиране на продукцията било то стоки или услуги.

В оскъдната литература понятието се свързва с т. нар договори, които са известни като „ненаименовани договори“. Това са договорите, за които в правото ни липсва конкретна уредба. Ето защо страните по договора за франчайз могат свободно да определят съдържанието на договора, доколкото то не противоречи на повелителните норми на закона и добрите нрави, както гласи чл. 9 от Закона за задълженията и договорите. Основните характеристики на този договор е, че той е търговски договор, в който едната страна по договора предоставя на другата страна правото да реализира търговската си дейност под предоставената му търговска марка. Страните по договора се наричат съответно франчайзополучател и франчайзодател. Договорът за франчайз е консенсуален, двустранен, формален, комутативен и възмезден. Договорът е двустранен, тъй като и двете страни по него имат и права и задължения. Предметът на договора може да бъде различен. Франчайзодателят може да предостави за ползване ноу-хау, търговска марка, технологична, организационна или друга информация. Франчайзополучателят се задължава срещу плащането на определена цена да реализира дадения продукт с грижата на добрия стопанин, като опазва доброто име, репутацията и качеството такова, каквото то е стана-

ло известно в обществото преди сключването на договора. Тук договорът за франчайз прилича на договора за лицензия на търговска марка.

Същевременно франчайзополучателят може да не плаща определена цена по сключения договор, а да има уговорка за плащане на определен процент от реализирания оборот. По това договорът за франчайз прилича на договора за търговско представителство в тесен смисъл. Взаимният интерес от сключването на договора за франчайз е очевиден, което го определя като договор между равнопоставени субекти. За едната страна по договора – франчайзополучателят изгодата от сключването на такъв договор е възможността, без да инвестира собствени средства за развиването на собствена търговска марка и продукти, да ползва популярността на завършен продукт, утвърдена на пазара търговска марка и стратегия за привличане на клиенти. От друга страна, франчайзодателят развива допълнително своя бизнес на пазари, на които още няма присъствие и предоставя на друг търговец правото да използва търговската му марка, ноу-хау умения, практика, за да реализира стоките и услугите му.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Съществуването в българското право на регламентация на лицензионния договор е правният способ продуктите на интелектуалната собственост да бъдат комерсиализирани, а търговците да извличат печалба. Чрез лицензионния договор обектите на интелектуалната собственост могат да достигнат до потребителите. Неоправдано е обаче, че при наличие на значителен дял сключени договори за франчайз, същият все още да не е намерил законова регламентация в българското право. Свободата на договаряне, като един от принципите на гражданското право, не е достатъчен за уреждане на множеството и разнородни по своя характер правоотношения по договор за франчайз. Препоръчително е да се предвиди допълнение в правната ни уредба, като мястото на този вид договор е естествено в Търговския закон. Наред с него следва да се предвиди специална уредба и на други, намерили практическо приложение договори за мърчандайз и аутсорсинг.

### **ЛИТЕРАТУРА**

- [1] Владимиров, И. Търговско право. Ромина. С. 2006.
- [2] Голева, П. Търговски сделки право. Книга втора. С., 2009.
- [3] Закон за патентите и регистрацията на полезните модели, обн. ДВ. Бр. 27 от 2 април 1993 г. с последни изменения и допълнения от 18 май 2012 г.
- [3] Закон за марките и географските значения, обн. ДВ бр. 81 от 14 септември 1999 г., посл. изменения и допълнения от 15 юли 2011 г.
- [4] Закона за промишления дизайн, обн. ДВ бр. 81 от 14 септември 1999 г., посл. изменения и допълнения от 11 май 2010 г.
- [5] Закона за защита на конкуренцията, обн. ДВ. Бр. 102 от 28 ноември 2008 г. с последни изменения и допълнения от 15 февруари 2013 г.
- [6] Търговски закон, обн. ДВ. бр. 48 от 18 юни 1991 г. с последни изменения и допълнения от 28 февруари 2013 г.

### **За контакти:**

Гл. ас. д-р Беанета Василева, Катедра „Социални и правни науки“, Технически университет, Варна, тел. : 052-383 381, e-mail: [betina\\_law@hotmail.com](mailto:betina_law@hotmail.com)

**Докладът е рецензиран.**