

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

На правах рукописи

Свищева Екатерина Игоревна

КОММЕРЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ КАК
СРЕДСТВО ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ
В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

12.00.03 – Гражданское право; предпринимательское право;
семейное право; международное частное право

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата юридических наук

Научный руководитель

Рузакова Ольга Александровна,
доктор юридических наук, профессор

Москва - 2022

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Понятие и правовая природа коммерческого обозначения как объекта интеллектуальных прав.....	15
1.1 История возникновения коммерческого обозначения как средства индивидуализации в России и развитие института прав на него.....	15
1.2 Понятие и признаки коммерческого обозначения в Российской Федерации и зарубежных странах.....	26
1.3 Место коммерческого обозначения в системе средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.....	49
Глава 2 Совершенствование законодательного регулирования прав на коммерческое обозначение в условиях цифровизации.....	58
2.1 Правовые особенности использования коммерческого обозначения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в условиях современного гражданского оборота.....	58
2.2 Субъекты-правообладатели коммерческого обозначения и объекты, индивидуализируемые с его помощью в условиях цифровизации.....	80
Глава 3 Распоряжение правом на коммерческое обозначение и его защита.....	97
3.1 Реализация прав на коммерческое обозначение по гражданско-правовым договорам.....	97
3.2 Переход исключительного права на коммерческое обозначение в результате универсального правопреемства.....	128
3.3 Особенности охраны и защиты исключительного права на коммерческое обозначение.....	142
Заключение.....	171
Список литературы.....	174
Приложение А Проект основных положений Регламента ведения цифрового реестра коммерческих обозначений.....	229

Введение

Актуальность темы исследования. Приоритетными задачами национального развития является повышение инновационной активности организаций, государственная поддержка технологических компаний, а также стимулирование предпринимательской активности и конкуренции. Конкурентные преимущества в настоящее время достигаются благодаря использованию нематериальных активов, к которым в том числе относится коммерческое обозначение.

В 2020 году количество онлайн – покупателей увеличилось на 10 млн человек, по прогнозам Data Insight интернет - торговля в период с 2020 по 2024 годы будет иметь средний рост 33,2%, ожидается увеличение продаж в сети с 1,7 трлн рублей до 7,2 трлн рублей и др. Приоритетным способом осуществления предпринимательской деятельности стало ее ведение в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – в сети «Интернет») и классическое использование предприятия как имущественного комплекса более не требуется. Коммерческое обозначение в настоящее время используется как для индивидуализации предприятий, так и для предпринимательской деятельности, при этом действующая редакция Гражданского кодекса Российской Федерации не содержит норм, регулирующих индивидуализацию предпринимательской деятельности с использованием данного объекта интеллектуальных прав.

В Гражданском кодексе Российской Федерации содержится ограничение для правообладателя в части реализации прав, а именно распоряжение правом на рассматриваемое средство индивидуализации допускается только в рамках договора коммерческой концессии и договора продажи предприятия. Не регламентирован переход исключительных прав на коммерческое обозначение при универсальном правопреемстве: наследовании предприятия и прав на обозначение в его составе, реорганизации юридического лица и дальнейшего существования обозначения. Не выработаны механизмы охраны и защиты коммерческого обозначения, в том числе при его использовании в сети «Интернет».

Проблемы правоприменения возникают, в том числе в связи с малоизученностью в науке гражданского права функций коммерческого обозначения и его места в системе средств индивидуализации, понятия и признаков охраноспособности данного нематериального актива. В условиях цифровизации не исследованы новые субъекты – правообладатели коммерческих обозначений, такие как объединения юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей (далее – ИП); лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность и не зарегистрированные в качестве ИП.

Обозначенные проблемы регулирования прав на коммерческое обозначение и не решенные научные задачи послужили основой для проведения настоящего исследования и свидетельствуют о его актуальности, предопределяя содержание и структуру диссертации.

Степень разработанности темы исследования. В ряде работ исследователей и практиков рассмотрены вопросы регулирования гражданских отношений, возникающих в результате реализации прав на коммерческое обозначение, понятие данного средства индивидуализации, возникновение, реализация и прекращение прав на него.

При проведении ретроспективного анализа возникновения коммерческого обозначения использованы труды Г.Х.Ц. Боденхаузена, В.В. Розенберга, Г.Ф. Шершеневича.

Определению понятия и признаков коммерческого обозначения, объекта, индивидуализируемого с его помощью посвящены исследования В.И. Еременко, Т.В. Записной, Т.Г. Клочун, Е.А. Кондратьевой, З.Р. Ожевой, Д.А. Шишкина, и других; в рамках рассмотрения вопроса о правообладателях коммерческого обозначения важны труды Е.Ю. Горской, С.В. Лукашевич, А.С. Рябчиковой, Ю.С. Харитоновой.

Общие вопросы правового регулирования отношений, возникающие при использовании коммерческого обозначения отражены в работах И.А. Близнаца, А.С. Ворожевич, Э.П. Гаврилова, В.А. Дозорцева, Л.А. Новоселовой, М.А. Рожковой и других.

Вопросы распоряжения исключительным правом на коммерческое обозначение рассмотрены в исследованиях П.П. Баттахова, В.А. Болтневой, О.Н. Никоноровой, О.А. Рузаковой, О.А. Рыжовой и других.

Охрана и защита прав на коммерческое обозначение исследовались в трудах Ю.Н. Андреева, М.А. Верхолетова, О.А. Городова, С.В. Грибановой, Е.А. Кондратьевой, В.В. Старженецкого и других.

Проблемам внедрения искусственного интеллекта, использования объектов интеллектуальных прав в сети «Интернет», несовершенству функционирования агрегаторов электронной торговли посвящены труды В.А. Белова, Е.А. Войниканис, А. Голда, О.С. Гринь, А.А. Карцхия, Л. Лессинга, Д.В. Лоренца, П. М. Морхата, В.Б. Наумова, Г.Ф. Ручкиной, Е.В. Холодной, Б.А. Шахназарова, Д. Франклина, Д. Хаймана, М. Хумерика и других.

При этом в научных работах коммерческое обозначение не рассматривалось как средство индивидуализации в условиях цифровизации, не учитывалось расширение перечня субъектов – правообладателей данного средства индивидуализации и индивидуализируемых с его помощью объектов, что предопределило необходимость дополнительного исследования.

Цель исследования состоит в разработке теоретических предложений и практических рекомендаций по совершенствованию правового регулирования отношений, возникающих при использовании коммерческого обозначения в гражданском обороте.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

- выявить особенности эволюции регулирования прав на коммерческое обозначение в целях его научного переосмысления как объекта интеллектуальных прав и перспектив правовой регламентации;

- сформулировать понятие коммерческого обозначения и раскрыть основные признаки охраноспособности прав на него;

- определить и теоретически обосновать место коммерческого обозначения в системе средств индивидуализации;

- выявить правовые особенности использования коммерческого обозначения в условиях цифровизации для формирования предложений по совершенствованию правоприменения в данной сфере;

- сформировать научно-обоснованный подход к определению перечня субъектов-правообладателей коммерческого обозначения и определить объекты, индивидуализируемые с его помощью;

- выявить особенности реализации прав на коммерческое обозначение в рамках правоотношений, возникающих из гражданско-правовых договоров, для обеспечения единообразного подхода к использованию коммерческого обозначения субъектами экономической деятельности;

- исследовать основные виды универсального правопреемства, особенности перехода исключительных прав на коммерческое обозначение к другим лицам (с учетом изменений в гражданском законодательстве Российской Федерации) и определить условия возникновения гражданских прав и обязанностей;

- раскрыть особенности охраны и защиты прав на коммерческое обозначение с учетом уровней охранных мероприятий, юрисдикционных и неюрисдикционных форм защиты.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в сфере реализации прав на коммерческое обозначение.

Предмет исследования составляют нормы законодательства, определяющие статус коммерческого обозначения как средства индивидуализации в гражданском праве Российской Федерации, а также правоприменительная практика и научные труды отечественных и зарубежных ученых в указанной сфере.

Область исследования. Исследование проведено в рамках пунктов 1.2. «Предмет гражданско-правового регулирования. Виды имущественных и неимущественных отношений, регулируемых гражданским правом. Особенности вещных, обязательственных, интеллектуальных и корпоративных отношений. Гражданско-правовой метод регулирования общественных отношений. Функции гражданского права. Принципы гражданского права»; 1.4. «Гражданское правоотношение; его элементы и структурные особенности. Содержание и виды

субъективных гражданских прав и субъективных гражданских обязанностей. Гражданская правосубъектность. Субъекты гражданских правоотношений. Объекты гражданских правоотношений. Виды гражданских правоотношений. Вещные, обязательственные, интеллектуальные и корпоративные правоотношения. Правоотношения, включающие в свое содержание преимущественные права. Неимущественные гражданские правоотношения»;

1.8. «Объекты гражданских правоотношений. Категория «имущество» в гражданском праве. Вещи как объекты гражданских правоотношений, их виды. Недвижимые вещи; государственная регистрация прав на недвижимые вещи. Имущественные комплексы как объекты гражданского оборота. Деньги как объекты гражданских правоотношений; гражданско-правовой режим наличных и безналичных денег. Ценные бумаги как объекты гражданских правоотношений; их классификации. Гражданско-правовой режим «бездokumentарных ценных бумаг». Имущественные права как объекты гражданских правоотношений. Действия (работы), их результаты и нематериальные услуги как объекты гражданских правоотношений. Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации как объекты гражданских прав. Личные неимущественные блага как нематериальные объекты гражданских правоотношений»;

1.11. «Защита гражданских прав. Судебная защита, самозащита, меры оперативного воздействия. Меры государственного принуждения, применяемые для защиты гражданских прав. Государственно-принудительные меры превентивного (предупредительного) характера. Гражданско-правовые санкции»;

1.12. «Гражданско-правовая ответственность как способ защиты гражданских прав, ее основные особенности и функции. Виды гражданско-правовой ответственности. Основания и условия гражданско-правовой ответственности. Вред (убытки) в гражданском праве; материальный и моральный вред. Вина правонарушителя как условие гражданско-правовой ответственности, ее формы. Ответственность, не зависящая от вины правонарушителя; случай и непреодолимая сила в гражданском праве. Гражданско-правовая ответственность за действия третьих лиц. Размер и формы гражданско-правовой ответственности;

неустойка и ее виды, соотношение неустойки и убытков. Ответственность за нарушение денежных обязательств. Изменение размера гражданско-правовой ответственности; «смешанная ответственность». Гражданско-правовая ответственность за коррупцию»; 1.18. «Основные правовые институты интеллектуальной собственности. Соотношение и взаимосвязь права собственности и права интеллектуальной собственности. Гражданско-правовые режимы правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. Государственная регистрация интеллектуальной собственности. Интеллектуальные права, их виды и особенности гражданско-правовых режимов правовой охраны, использования и защиты. Понятие, признаки и структура контрафакта в российском и международном праве. Основные способы защиты от контрафакта в праве интеллектуальной собственности. Международные соглашения (конвенции) как источники гражданско-правового регулирования отношений в сфере интеллектуальной деятельности»; 1.22 «Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий: объекты и субъекты, правовой режим охраны и использования. Право на фирменное наименование. Право на товарный знак и знак обслуживания. Гражданско-правовая охрана общеизвестных товарных знаков. Коллективный товарный знак. Право на наименование места происхождения товара. Право на коммерческое обозначение, его соотношение с правами на фирменное наименование и товарный знак. Гражданско-правовая защита прав на охраняемые средства индивидуализации» Паспорта научной специальности 12.00.03 – Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право (юридические науки).

Методология и методы исследования. Методологической основой выступили общенаучные и частно-научные методы: диалектический, статистический, формально-юридический, исторический, логический, аксиоматический, гипотетико-дедуктивный, структурно-функциональный, сравнительно-правовой, системного и комплексного анализа и другие.

Основными методами проведенного исследования стали диалектический, сравнительно-правовой методы и метод комплексного анализа, которые обеспечили выявление особенностей гражданско-правового регулирования отношений, возникающих при создании коммерческого обозначения, введении его в гражданский оборот, приобретении, реализации и отчуждении исключительного права на него. Метод комплексного анализа и сравнительно-правовой метод позволили всесторонне изучить аспекты охраны и защиты исключительного права на коммерческое обозначение.

Нормативную основу исследования составили Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ), Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (далее – ВОИС), Конвенция по охране промышленной собственности и иные нормативные правовые акты.

Научная новизна состоит в формировании новых теоретических предложений и практических рекомендаций в части регулирования общественных отношений, возникающих в связи с использованием коммерческого обозначения как средства индивидуализации с учетом цифровизации и практики правоприменения.

Конкретизировано понятие коммерческого обозначения как средства индивидуализации в гражданском праве Российской Федерации и предложены соответствующие рекомендации по изменению правового регулирования.

Сформулированы основания определения степени известности коммерческого обозначения на определенной территории, а также условия фиксации геотегов в сети «Интернет» в целях подтверждения территории, на которой располагается предприятие или осуществляется предпринимательская деятельность.

Обоснована необходимость расширения перечня лиц-правообладателей коммерческого обозначения и включение в него объединений юридических лиц и (или) ИП, а также граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП. Определены условия наследования

предприятия и прав на коммерческое обозначение в его составе в приоритетном порядке гражданами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП.

Сформулированы предложения об установлении права требования о выплате компенсации за неправомерное использование коммерческого обозначения.

Разработана процедура регистрации коммерческих обозначений в цифровом реестре в сети «Интернет».

На основании проведенного исследования сформулированы следующие **положения, выносимые на защиту:**

1) Разработано авторское определение понятия коммерческого обозначения, которое является средством, используемым для индивидуализации предприятий, как имущественных комплексов, и экономической деятельности, осуществляемой юридическими лицами, ИП, лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, объединениями юридических лиц и (или) ИП (включая банковские группы и банковские холдинги), в том числе в сети «Интернет», обладающее известностью в определенной сфере деятельности и на определенной территории, различительными признаками и выраженное в любой разрешенной форме: словесной, изобразительной, звуковой, комбинированной и иной» (С. 27-31).

2) Разработаны основания определения степени известности коммерческого обозначения на определенной территории в целях обеспечения охраноспособности данного объекта интеллектуальных прав. Предлагается различать минимальную известность (в пределах муниципальных образований) и широкую известность (получение известности в нескольких муниципальных образованиях, субъекте или субъектах Российской Федерации в рамках расширения территории деятельности правообладателя). Данные сведения предполагается вносить в цифровой реестр коммерческих обозначений при осуществлении регистрации в сети «Интернет» (С. 44-48).

3) Обоснованы условия размещения геотегов в сети «Интернет» для субъектов предпринимательской деятельности, определяющие порядок

идентификации территории, на которой коммерческое обозначение получило известность, определена необходимость закрепления данного предложения на законодательном уровне, что позволит расширить способы защиты прав на данное средство индивидуализации и исключить случаи введения в заблуждение потребителей и контрагентов в отношении территории осуществления деятельности (С. 60-65).

4) Доказана необходимость расширения перечня лиц – правообладателей коммерческих обозначений в целях обеспечения благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности и целесообразность наделения на законодательном уровне соответствующим правом следующих субъектов: объединения юридических лиц и (или) ИП (в том числе банковскими холдингами и группами), граждане, допущенными к осуществлению предпринимательской деятельности без регистрации в качестве ИП (С. 81; 85-90; 96).

5) Обоснована целесообразность уточнения норм гражданского законодательства в части регулирования перехода исключительного права на коммерческое обозначение в рамках наследования предприятия к гражданам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, в случае, когда характер деятельности предприятия позволяет такому гражданину единолично осуществлять предпринимательскую деятельность. Если для дальнейшего функционирования предприятия требуется определенный штат сотрудников, то для управления предприятием указанному наследнику потребуется воспользоваться услугами доверительного управляющего или получить статус ИП (С. 129-131; 133-136).

6) Разработаны предложения по осуществлению процедуры регистрации прав на коммерческое обозначение в реестре в сети «Интернет», позволяющей декларировать принадлежность коммерческого обозначения в различных формах определенному субъекту предпринимательской деятельности. Указанный реестр коммерческих обозначений должен обеспечивать взаимодействие с действующими реестрами Федерального института промышленной собственности, Федеральной налоговой службы, регистраторами доменных имен (С. 145-156).

7) Сформулированы предложения по оптимизации механизмов выплаты компенсации за нарушение прав на коммерческое обозначение с целью повышения эффективности защиты прав, а именно ее выплата, когда невозможно доказать размер причиненных убытков. Взыскивать компенсацию предлагается в двойном размере стоимости права использования обозначения по договору с учетом цены, которая взимается при сопоставимых обстоятельствах. Основанием для выплаты компенсации является решение суда, в котором отражено, что нарушитель неправоммерно использовал коммерческое обозначение с целью введения в заблуждение потребителей и контрагентов, при этом размер компенсации не может быть установлен ниже среднего ценового порога по отрасли (С. 163-166; 170).

Теоретическая значимость работы обусловлена научной характеристикой коммерческого обозначения как средства индивидуализации. Полученные научные результаты способствуют развитию теории гражданского права Российской Федерации. Выводы, рекомендации и предложения, отраженные в диссертации, могут служить основой дальнейших исследований о коммерческом обозначении как средстве индивидуализации в гражданском праве Российской Федерации.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования предложений и рекомендаций для совершенствования действующего гражданского законодательства, в рамках правоприменительной практики уполномоченных органов, а также применения при осуществлении предпринимательской деятельности юридическими лицами и ИП, лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, объединениями юридических лиц и (или) ИП. В том числе предложения и рекомендации могут быть использованы при реализации учебных и научно-исследовательских процессов, подготовки учебных и учебно-методических материалов по таким дисциплинам как «Гражданское право», «Право интеллектуальной собственности», «Предпринимательское право».

Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования. Достоверность результатов исследования подтверждается тем, что

в работе использован обширный эмпирический материал (более 65 нормативных актов, актов толкования права, свыше 50 судебных актов, а также материалов правоприменительной практики, более 35 диссертаций и авторефератов и более 300 наименований научной литературы), соответствующий цели и задачам настоящего исследования.

Апробация результатов осуществлена на научной конференции «Правовая политика в реформе гражданского законодательства Российской Федерации», посвященной 80-летию кандидата юридических наук, доцента, заслуженного юриста Российской Федерации, судьи Верховного Суда Российской Федерации в отставке Т.Г. Евдокимовой (Москва, Финансовый университет, 19 октября 2015 г.); на научной конференции «Правовые аспекты коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности» (в рамках VII Международного научного студенческого конгресса «Проект для России» (Москва, Финансовый университет, 07 апреля 2016 г.); на IV Международном научном конгрессе «Предпринимательство и бизнес: теория, методология и практика эффективного управления» (Москва, Финансовый университет, 23-27 июня 2016 г.); на научной конференции «Национальная правовая система как фактор устойчивого развития экономики» в рамках XI Московского фестиваля науки (Москва, Финансовый университет, 08 октября 2016 г.); на IV Всероссийской научной конференции «Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие» (Москва, Финансовый университет, 25 января 2020 г.); на VI Международной научной конференции «Пробелы в позитивном праве: доктрина и практика» (Москва, ИЗИСП, 20 февраля 2020 г.); на Международной научно-практической конференции «Вопросы права, предпринимательства и управления в период и после пандемии» (Москва, РГГУ, РУТ (МИИТ), 26 мая 2020 г.).

Материалы исследования применяются в практической деятельности и послужили основой для доработки Союзом «Московская торгово-промышленная палата» Положения о ведении реестра коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы, Соглашения о порядке взаимодействия и интеграции негосударственных реестров Союза «Московской торгово-

промышленной палаты» с подсистемой Единой автоматизированной информационной системы торгов города Москвы «Портал поставщиков» между Департаментом города Москвы по конкурентной политике и Союзом «Московской торгово-промышленной палаты» от 5 апреля 2017 года № 6-2/17/17/13/467/7.

Акционерное общество «Технополис «Москва» применяет в практической деятельности основные положения исследования в части использования, охраны и защиты собственного коммерческого обозначения.

Материалы исследования используются Департаментом правового регулирования экономической деятельности Юридического факультета Финансового университета в преподавании учебных дисциплин «Гражданское право», «Право интеллектуальной собственности» и «Предпринимательское право».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

Публикации. По теме исследования опубликовано 18 работ общим объемом 11,09 п.л. (весь объем авторский), в том числе 9 работ авторским объемом 6,18 п.л. опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Структура и объем диссертации обусловлены целью и задачами, логикой исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы из 363 наименований. Текст диссертации изложен на 236 страницах, содержит одно приложение.

Глава 1

Понятие и правовая природа коммерческого обозначения как объекта интеллектуальных прав

1.1 История возникновения коммерческого обозначения как средства индивидуализации в России и развитие института прав на него

Российскими учеными неоднократно исследовалась история возникновения и становления коммерческого обозначения как объекта интеллектуальных прав.

Рассмотрение момента возникновения данного средства индивидуализации целесообразно разделить на три этапа: анализ исторических аспектов действия обозначений на Руси и в Российской Империи, Союзе советских социалистических республик, Российской Федерации.

К первому этапу относится период становления торговых и купеческих отношений на Руси и в Российской Империи. В данный период осуществлялось интенсивное развитие страны не только геополитического и торгово-промышленного характера, но и происходило формирование законодательной базы под влиянием опыта и практики зарубежных стран.

В Новоторговом уставе от 22 апреля 1667 года была установлена возможность закреплять за своим именем товары, привозить их в свои торговые лавки – своеобразные торговые предприятия, имеющие обособленное название [106].

Данный устав послужил основанием для развития современных средств индивидуализации, в том числе и для коммерческих обозначений.

Во времена Петра I под предприятиями понимались первые фабрики, создаваемые для выпуска военного оружия и снаряжения, где вся продукция была унифицирована и не требовалось специальных средств для отличия производителей или места производства.

В XVIII веке не проводилось различия между товарными знаками и предприятиями, в основном достаточно было разместить клеймо на товаре и уплатить соответствующую пошлину. Первый правительственный указ, регулирующий данный вопрос был издан в 1744 году в части обязательного клеймения товаров, затем в 1753 году издан указ о порядке печати клейм на двух сторонах товара. Обозначенные указы являются подтверждением указанной позиции, как считают Э.А. Джалилов и Е.А. Козлова [176, с.135].

Период правления Екатерины II отмечен ее желанием с помощью законов улучшить жизнь русского народа и подчиненных территорий. Указы и законы 1762 - 1796 годов были в основном направлены на укрепление императорской власти и положения государства на международной арене.

До XIX века о коммерческом обозначении не упоминается как о средстве индивидуализации, индивидуализация предприятия (имущественного комплекса) не требовалась. Средствами индивидуализации товаров являлись клейма, а самих торговых заведений имена собственные владельцев.

З.Р. Ожева [126, с.23] высказывает позицию, что впервые понятие «коммерческое обозначение» было указано в Конвенции об охране промышленной собственности 1883 года [3].

В оригинале указанной Конвенции [64] отражены все объекты промышленной собственности, кроме коммерческих обозначений, что зеркально закреплено и в русскоязычной версии документа [3]. Для целей подтверждения данного факта проведен дополнительный самостоятельный перевод на русский язык.

Официальный перевод и перевод, проведенный нами, основан в том числе, на разъяснениях профессора, директора Объединенных международных бюро по охране интеллектуальной собственности Г.Х.Ц. Боденхаузена (G.H.C. Vodenhausen) [352], отраженных в путеводителе по применению пересмотренной Конвенции по охране промышленной собственности в Стокгольме в 1967 году.

В рассматриваемой международной Конвенции речь идет о фирменном наименовании, и оно представляет собой понятие, толкуемое в соответствии с действующим правовым регулированием различным образом. Данное понятие определяется как название или обозначение идентифицирующее предприятие физического или юридического лица. Фирменное наименование преимущественно охраняется от различных недобросовестных действий третьих лиц [352].

Пояснения профессора Г.Х.Ц. Боденхаузена в рамках существующего правового регулирования коммерческих обозначений могут, в том числе относиться и к обозначениям, существующим в Российской Федерации, но следует учитывать различность терминов, существующих во французском языке.

Российскими исследователями, например: Е.А. Кондратьевой [205, с.19], Т.Г. Ключун [200, с.65], обращалось внимание на ошибочность перевода на русский язык термина «коммерческое обозначение» с французского языка, на котором в оригинале составлена и подписана Конвенция об учреждении ВОИС, и Конвенция по охране промышленной собственности.

Существует две точки зрения о переводе термина с французского языка:

1) На французском языке коммерческое обозначение звучит как *le nom commercial* – как отмечает З.Р. Кат [199, с.59], М.А Рожкова и А.С. Ворожевич [249, с.57-68];

2) Коммерческое обозначение представляется на французском языке как *la dénomination commerciale*.

Поддерживается точка зрения В.И. Еременко [178, с.2-3], о том, что *le nom commercial* – соответствует русскоязычному фирменному наименованию, а *la dénomination commerciale* – коммерческому обозначению [265, с.43]. Схожую позицию представлял в начале XX века В.В. Розенберг, понимая под *le nom commercial* – торговое имя [107, с.1-2, 5].

Учитывая изложенное, получен вывод об отсутствии правового регулирования коммерческого обозначения в рамках международных нормативных актов XIX века, а также об отсутствии понятия такого объекта. При этом возможно подтвердить существование прообразов рассматриваемого объекта.

Конвенция об охране промышленной собственности [3] не была принята Российской Империей, а лишь ратифицирована СССР в 1968 году, и соответственно нормативные положения данного акта не применялись вплоть до указанной даты.

В XIX веке в Российской Империи осуществлялся процесс активного введения в гражданское право объектов интеллектуальной собственности. Принимаются новые законы, например: Манифест 1812 года по вопросу привилегий на открытия в художествах, ремеслах, на изобретения [317], Закон 1830 года «О товарных клеймах» (как отмечают М.В. Давыденко, Н.А. Тананушко [175]), Закон 1896 года о клеймах и фабричных марках (на него обращает внимание в своем исследовании М.А. Рожкова [319]). С 1830 года ведется официальный реестр русских производителей, заявивших свои клейма (прошедших регистрацию) в Департаменте торговли и мануфактур. Но актов, определяющих положение о фирме, не существовало, регулирование возникающих отношений осуществлялось посредством обычая делового оборота.

В конце XIX – начале XX веков каждое торговое предприятие должно было обладать торговым заведением. В состав торгового предприятия данного периода входил имущественный комплекс, а также права на товарный знак и фирму. Потребители отличали предприятие одно от другого именно благодаря фирме, имя собственное владельца предприятия, как правило, было малоизвестным [110, с.58].

Под фирмой следует понимать наименование торгового предприятия, целью которого являлась индивидуализация предприятия, как отмечал Г.Ф. Шершеневич, при этом имя владельца не обязательно использовалось как фирма [110, с.62].

Г.Ф. Шершеневич указывал, что фирма могла размещаться на вывеске, документах предприятия, бланках, корреспонденции и быть составляющей товарного знака. При всей схожести вывески и фирмы они имели разную природу [110, с.63-64]. Дополнительную схожесть с современным коммерческим обозначением фирме придавала именно индивидуализация предприятия.

Фирма могла переходить к новому владельцу в результате осуществления сделок с предприятием при отсутствии соглашения об ином распоряжении судьбой

фирмы: купля-продажа предприятия, наследование. Как и в современном праве, фирма не могла выступать самостоятельным объектом в гражданском обороте [107, с.126].

Кроме того, можно выстроить параллель между дореволюционной фирмой и современным коммерческим обозначением, в том числе и по основаниям, характеризуемым В.В. Розенбергом. Так, предполагалось, что при прекращении деятельности одного предприятия либо владелец, либо иное лицо, ведущее предпринимательскую деятельность, могут начать его использовать для других своих предприятий [107, с.9].

В исследуемый временной период фирма не причислялась к объектам интеллектуальной собственности, так владелец приобретал только имущественные права, которые не являлись исключительными. В.В. Розенберг отмечал, что главная задача фирмы – это индивидуализация отдельной торгово-промышленной деятельности и обеспечение различительной возможности [107, с.52].

Следственно, фирма времен Российской Империи, является прообразом современного коммерческого обозначения. Подобного вывода придерживаются Д.А. Шишкин [134, с.9], З.Р. Ожева [126, с.54].

Понятие фирма продолжило свое существование и в законодательстве нового государства СССР. Положение о фирме [43] предусматривало, что фирма предприятия должна указывать на предмет деятельности и на вид предприятия. Таким образом, фирма в период советского государства понималась как современный аналог фирменного наименования, и мы не можем говорить о его сходстве с коммерческим обозначением.

В период до вступления в силу Положения о фирме 1927 года [43], в СССР действовали правила Российской Империи. Так, пробел в законодательстве рассматриваемого этапа, дает основание полагать, что товарные знаки, используемые в соответствии с Постановлениями 1922 года [41] и 1926 года «О товарных знаках» [42], в обязательном порядке содержащие обозначение фирмы и указание ее места происхождения включали именно фирму – как средство индивидуализации предприятия, а не юридического лица.

В соответствии с Постановлением от 12 февраля 1926 г. «О товарных знаках» [42] закреплялась неразрывная связь товарного знака с предприятием, что ранее применялось в отношении фирмы (при ее существовании как прообраза коммерческого обозначения), и в настоящий момент используется для коммерческого обозначения. Предполагалось, что товарный знак разделяет судьбу предприятия, при его передаче или отчуждении, переходе к правопреемникам в случае смерти владельца. Независимо от предприятия товарный знак не мог передаваться иным субъектам хозяйственной деятельности. При переходе предприятия и товарного знака к другому владельцу фирма должна была быть заменена в товарном знаке на фирму нового лица.

Позднее понятие «фирма» было заменено на понятие «наименование предприятия», что более реалистично отвечало государственной политике Советского Союза и отсутствию частной собственности, ведению экономической и торговой деятельности преимущественно под эгидой государства.

С 1922 года по 1991 год товарные знаки имели двойное назначение – индивидуализация и товаров, и предприятий, как имущественных комплексов, на базе которых осуществлялось производство. Таким образом, товарные знаки в указанный период выполняли функции современных коммерческих обозначений. Начиная с 1991 года, согласно Закону СССР от 3 июля 1991 г. № 2293-I [39], товарные знаки стали использоваться в современном понимании.

Несмотря на значительное реформирование законодательства переходного периода 1987–1991 годов, в пятом разделе «Основ гражданского законодательства» 1991 года [40] так и не упоминается о коммерческом обозначении.

На заключительном этапе в Российской Федерации достаточно долгое время законодатель обходил стороной регулирование вопроса по существованию коммерческого обозначения и реализации прав на него.

Впервые коммерческое обозначение появилось в главе 54 части второй ГК РФ [7]. В части передачи прав и использования коммерческого обозначения по договору коммерческой концессии, понятие и раскрытие особенностей объекта не

были отражены. Тем самым, правоотношения регулировались посредством обычая делового оборота, как в начале XX века в отношении фирмы.

Официальное закрепление существования коммерческого обозначения реализовано в четвертой части ГК РФ. В рамках международного регулирования следует руководствоваться положениями Конвенции, учреждающей ВОИС [2] и Конвенцией по охране промышленной собственности [3].

Имеется неоднозначный вопрос, порождающий многогранные проблемы не только на практике, но и при теоретических исследованиях: **разграничение понятий «вывеска», «реклама» и «коммерческое обозначение»**. Считаем целесообразным рассмотреть и проанализировать следующие аспекты: раскрытие понятий и использование их по отдельности, соотношение обозначенных объектов, моделирование ситуации их совместного использования.

Понятия «реклама» и «объекты рекламирования» единственные законодательно закрепленные понятия из тех, что указаны ранее. Так, рекламой считается информация для неограниченного круга лиц, привлекающая внимания к объекту, для которого она реализована, в любой доступной форме в целях выполнения задач по возникновению у потребителей и контрагентов интереса к объекту и его дальнейшего продвижения [26].

Коммерческое обозначение, как и другие средства индивидуализации, может являться объектом рекламирования. Не является объектом рекламирования оказание услуг или выполнение работ, а также и сама деятельность предпринимателей [26]. Например, рекламная вывеска «Электра» была признана в качестве коммерческого обозначения и объекта рекламирования (Постановление Арбитражного суда (далее – АС) Волго-Вятского округа от 31 октября 2018 г. № Ф01-4547/2018 по делу № А43-24283/2017).

Кроме того, специальные требования и ограничения распространяются и на рекламу средств индивидуализации отдельных видов товаров, их изготовителей (например, реклама средств индивидуализации алкогольной или табачной продукции).

Таким образом, реклама в первую очередь – средство привлечения к объекту рекламирования внимания [262, с.203] в различных формах и различными средствами (Постановление АС Уральского округа от 21 июля 2020 г. № Ф09-2860/20 по делу № А60-40401/2019). Это один из механизмов процесса продаж.

С вывеской обстоит все иначе, так под вывеской допустимо понимать информацию об изготовителе (исполнителе, продавце), его фирменном наименовании, месте нахождения (адресе) и режиме работы [31]. Вывеска должна быть размещена в месте фактического расположения организации или индивидуального предпринимателя (Постановление АС Северо-Кавказского округа от 9 июля 2020 г. № Ф08-3888/2020 по делу № А53-35895/2019), например, вывеска «Пятерочка», размещенная на жилом доме, признана судом рекламой (Определение Верховного суда (далее – ВС) РФ от 30 мая 2019 г. № 309-ЭС18-22421 по делу № А50-39399/2017).

И соответственно, коммерческое обозначение выступает средством индивидуализации, которое субъект предпринимательской деятельности вправе размещать не только в сети «Интернет», в рекламе и иных документах, но и непосредственно в месте осуществления своей деятельности (для индивидуализации предприятия) на вывеске.

Разграничить указанные понятия на практике достаточно тяжело, так как они тесно взаимосвязаны и активно используются в гражданском обороте как отдельно, так и совместно. Учитывая, что субъекты предпринимательской деятельности обязаны размещать вывеску, как средство информирования контрагентов и потребителей о месте своего нахождения, то и логично коммерческое обозначение может быть отражено на указанном объекте. А вот рекламирование – это уже добровольная деятельность, не исключаящая рекламы коммерческого обозначения.

На сегодняшний день сложилась обширная судебная практика, когда коммерческое обозначение относится к объектам рекламы. Показательным является спор между ООО «Баргузин» и администрацией города Магнитогорска

о демонтаже самовольно установленной и (или) эксплуатируемой рекламной конструкции с текстом на информационном поле «Красное & Белое», установленной в месте нахождения торговой точки ООО «Баргузин». По мнению истца, (коммерческой организации) конструкция размещена не для целей рекламирования. Однако судом были установлены факты несоответствия конструкции вывеске и спорный объект был признан коммерческим обозначением и правомерно отнесен к объектам рекламирования [26] (Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда (далее – ААС) от 23 ноября 2016 г. № 18АП-13654/2016 по делу № А76-13922/2016).

На основании исследования законодательства в сфере рекламы, защиты прав потребителей, разъяснений ВАС РФ и антимонопольного органа [26; 31; 86; 330; 333; 334; 339] получены следующие выводы:

1) Не может быть признана в качестве рекламы информация, не отвечающая квалификационным требованиям рекламы.

2) Информация, обязательная к размещению в силу закона или обычаев делового оборота, не может признаваться рекламой.

3) Коммерческое обозначение или фирменное наименование, размещенное там, где осуществляется деятельность хозяйствующего субъекта, не признается рекламой, если не преследует связанных с ней целей.

4) Размещение коммерческого обозначения в месте осуществления деятельности организации может осуществляться в рамках обычая делового оборота.

5) При соблюдении всех законодательно обусловленных требований к размещению и содержанию рекламы, коммерческое обозначение может являться объектом рекламирования.

6) Если субъект предпринимательской деятельности располагается полностью в многоэтажном здании и разместит на крыше конструкцию с информацией о своем наименовании, то подобная конструкция будет считаться объектом информирования о субъекте, ее нельзя будет рассматривать в качестве рекламы. Соответственно субъекты предпринимательской деятельности вправе

размещать в качестве такой конструкции любое из своих средств индивидуализации, и в том числе коммерческое обозначение.

7) При разграничении рекламы и вывески следует учитывать целевое назначение содержащихся в них сведений, которые выявляются в результате оценки обстоятельств их размещения, а также внешнего вида, характера, размера и места расположения (Постановление Восемнадцатого ААС от 23 ноября 2016 г. № 18АП-13654/2016 по делу № А76-13922/2016).

8) Недопустимо смешение таких понятий как «реклама», «вывеска» и «коммерческое обозначение», несмотря на схожий информационный характер и тесное взаимодействие. Каждый из объектов имеет отличные друг от друга функции и цели, а равно и форму, и способы их визуализации в пространстве.

Н.И. Нересов придерживался мнения, что вывеска — это некий объект внешней индивидуализации, она может беспрепятственно перейти другому лицу в результате перехода предприятия, но фирма тем самым не будет передана новому владельцу [104, с.58], что остается актуальным в настоящее время в отношении коммерческого обозначения.

Таким образом, вывеска – это один из способов материального выражения коммерческого обозначения и ее некорректно отождествлять со средством индивидуализации, так как указанный объект является лишь вещью, что недопустимо для объектов интеллектуальной собственности и современной доктринальной позиции.

В ряде судебных споров в части разграничения рекламной конструкции и вывески, а следственно отнесения ее к визуальному воплощению коммерческого обозначения Арбитражные суды признали вывесками информационные конструкции ООО «Геанит» - «КОФЕ ХАУС» и ООО «Галерея – Алекс» - «Сеть кофеен Шоколадница. Скоро открытие» (Решение АС г. Москвы от 15 марта 2013 г. по делу № А40-136720/2012; Решение АС г. Москвы от 26 августа 2013 г. по делу № А40-80046/2013), несмотря на спорность вопроса о содержании вывески и рекламы в последнем случае.

У.А. Воронина выдвигает концепцию о возможности отнесения рекламы к средствам индивидуализации, отмечая их схожие свойства и необходимость совершенствования действующего законодательства [116, с.9].

Схожей точки зрения придерживается и Е.А. Свиридова в своем исследовании, она считает, что реклама способна идентифицировать рекламируемые объекты [132, с.13].

Также У.А. Ворониной предлагается причисление рекламы к новому виду средств индивидуализации, обладающему признаком охраноспособности аналогичным для коммерческого обозначения [116, с.11].

В своем исследовании У.А. Воронина допускает возможность индивидуализации с помощью рекламы предприятия, так же как данную функцию выполняет коммерческое обозначение, и приводит ряд положительных сходств рекламы и обозначения. Вместе с тем, автором рассматриваемой концепции указываются случаи, когда характеризующие объекты не могут отождествляться: коммерческое обозначение размещается на вывеске, идентифицирует объект гражданских прав и для одного предприятия не могут быть использованы более двух коммерческих обозначений [116, с.10].

Представленная концепция, безусловно, имеет место быть и вносит свой вклад в развитие правового регулирования рекламы, но в случае ее воплощения возникает вопрос о целесообразности существования коммерческого обозначения, имеющего гораздо больше функций, целей и перспектив для осуществления целей индивидуализации, нежели просто привлечение внимания и информирования иных субъектов гражданского оборота.

Моментом возникновения коммерческого обозначения как объекта интеллектуальных прав следует считать XIX век, когда в Российской Империи активно использовалась «фирма». В период существования Союза советских социалистических республик развитие и исследование объекта, а равно и законодательное регулирование рассматриваемого обозначения не осуществлялось.

В настоящий момент российское законодательство идет по пути прогрессивного развития правового регулирования средств индивидуализации, в том числе коммерческого обозначения. Правовое понимание коммерческого обозначения как объекта интеллектуальной собственности отличается в нашем государстве и за рубежом. Обособленность и оригинальность существования такого объекта предопределяет ряд преимуществ, которые будут рассмотрены в последующих параграфах настоящего диссертационного исследования.

Так как коммерческое обозначение часто противопоставляется фирменному наименованию юридического лица, то поднимается вопрос о целесообразности нерегистрируемого схожего обозначения, вместе с тем необходимо обратить внимание на правовое регулирование, существование фирмы и исследования дореволюционных ученых. Принятие за основу рассмотренных выше положений о фирме позволит более основательно подойти к проработке вопроса о природе существования коммерческого обозначения и его функциях, отличиях от вывески и рекламы.

1.2 Понятие и признаки коммерческого обозначения в Российской Федерации и зарубежных странах

Интенсивно развивающаяся национальная экономика и интеграция государств в мировое пространство предопределяют активное ведение предпринимательской деятельности. В настоящее время предпринимателям достаточно сложно достигнуть конкурентных преимуществ при исключительном использовании материальных и денежных ресурсов, объем которых является ограниченным.

Для эффективного ведения коммерческой деятельности предпринимателям необходимо использовать средства индивидуализации своих предприятий и предпринимательской деятельности, товаров, работ и услуг. Наиболее гибким из средств индивидуализации, активно используемым за последние годы, стало коммерческое обозначение.

В ГК РФ на данный момент отсутствует понятие коммерческого обозначения. В научной литературе указанная проблема имеет дискуссионный характер, отсутствует единое мнение ввиду множественности трактовок и предложений по определению сущности рассматриваемого объекта гражданских прав. Полное и официально закрепленное понятие рассматриваемого средства индивидуализации позволит оптимизировать общественные отношения, возникающие при реализации исключительных прав на коммерческое обозначение, а также обеспечит системное развитие исследований в актуальном направлении.

По мнению С.В. Нагаева, отсутствие легального понятия является следствием «неразвитости гражданских правоотношений» [227, с.105]. Данная точка зрения является спорной ввиду того, что в последние годы возрос интерес предпринимателей к рассматриваемому средству индивидуализации, и увеличилось количество судебных разбирательств.

Т.В. Записная в своем исследовании представила предложение по введению понятия в ГК РФ, отмечая среди прочего, что коммерческое обозначение - средство индивидуализации имущественного комплекса или конкретного вида коммерческой деятельности [119, с.60].

Данная точка зрения является прогрессивной и для современного этапа развития использования коммерческого обозначения. Так как в законодательстве представлено определение лишь в части использования обозначения, исключающего сходство с фирменным наименованием и товарным знаком для индивидуализации предприятия.

По мнению Т.Г. Клочун, коммерческое обозначение является незарегистрированным средством индивидуализации предприятия в словесной или изобразительной форме и возникновение прав на него допускается в результате фактического использования согласно требованиям ГК РФ [120, с.33].

Д.А. Шишкин полагает, что коммерческое обозначение - средство индивидуализации предпринимательской деятельности, выраженное

в объективной форме, не имеющее регистрации и известное в рамках определенной территории [135, с.11; 301].

Вместе с тем О.В. Петренко считает, что коммерческое обозначение по сути символ, так как символ может включать и знак, и обозначение, тем самым данное определение вмещает в себя большее количество категорий – наиболее обобщенное и универсальное. При этом такое обозначение индивидуализирует только объект, а не субъект предпринимательской деятельности, поэтому оправдано его отсутствие в учредительных документах и ЕГРЮЛ [240].

Так как коммерческое обозначение является средством индивидуализации предприятия как имущественного комплекса (в состав которого должно включаться имущество, необходимое для осуществления деятельности), остается дискуссионным вопрос о возможности использования его исключительно для индивидуализации предпринимательской деятельности или с учетом сохранения действующего подхода.

Строго придерживаясь закона, многие суды приходят к выводу, что не вся недвижимость может быть признана предприятием и следовательно не всегда можно использовать коммерческое обозначение. Так, например, Арбитражный суд Центрального округа отказался признать склад минеральных удобрений предприятием, ввиду отсутствия станков и оборудования (Постановление АС Центрального округа от 30 мая 2014 г. по делу № А64-2769/2012).

Девятый арбитражный апелляционный суд установил в рамках судебного разбирательства, что индивидуализация телевизионного канала детских мультфильмов посредством обозначения «Мультимания» и изображения зеленого человечка в качестве коммерческого обозначения не может быть использовано, так как предприятие должно быть имущественным комплексом (относиться к недвижимому имуществу), в материалах дела соответственно отсутствовали доказательства, что предприятие принадлежит истцу как имущественный комплекс (Постановление Девятого ААС от 2 октября 2018 г. № 09АП-2180/2016-ГК по делу № А40-138017/13).

Существует и иная правоприменительная практика. В рамках судебного разбирательства о запрете использования коммерческого обозначения «РУССКИЙ ПРОЕКТ», судом сделан вывод, что коммерческое обозначение может индивидуализировать принадлежащее организации или предпринимателю *предприятие (бизнес)* (Постановление Девятого ААС от 23 июля 2014 г. № 09АП-25135/2014-АК по делу № А40-32118/14).

Д.А. Шишкин считает, что предприятие может рассматриваться и как имущественный комплекс, и как предпринимательская деятельность в целом. Для осуществления коммерческой деятельности предпринимателю не обязательно иметь в собственности какой-либо имущественный комплекс [134, с.20]. Использование имущества на праве собственности, по договору аренды или иным договорам зависит напрямую от особенностей конкретной предпринимательской деятельности.

Однако следует говорить о возможности индивидуализации предпринимательской деятельности и отдельно предприятия как имущественного комплекса, некорректно отождествлять в данном случае физический объект и деятельность в целях их индивидуализации.

В настоящее время не является обязательным требованием осуществление предпринимательской деятельности и обладание для этого имущественными активами (ведение коммерческой деятельности в сети «Интернет»). Кроме того, индивидуальным предпринимателям предоставлено право индивидуализации собственного предприятия, а учитывая объемы производства и оборота товара, производимого физическим лицом и имущества, задействованного в производстве, можно сделать правомерный вывод о том, что очень малая доля предприятий индивидуальных предпринимателей будет соответствовать законодательному определению согласно статье 132 ГК РФ.

Проблема отсутствия понятия предприятия существовала еще и в начале XX века, на что указывает в своем исследовании В.В. Розенберг [107, с.12-13].

Следовательно, законодателю необходимо осуществить доработку действующих норм ГК РФ и закрепить в нем понятие предприятия, на современном

этапе развития коммерческой деятельности и индивидуализации данного объекта, рассматриваемым обозначением. В Концепции развития гражданского законодательства предполагалось исключение смешения предприятия как субъекта гражданских отношений (унитарные предприятия), и как объекта имущественного комплекса. В настоящий момент намечен план по ликвидации или реорганизации унитарных предприятий к 1 января 2025 года.

На практике коммерческие обозначения могут выполнять функцию замещения товарного знака и эффективно используются до регистрации или в период его регистрации. Поэтому субъекту предпринимательской деятельности целесообразно использовать коммерческое обозначение и, если в период регистрации товарного знака или на ранних этапах его использования возникнут споры, будет возможность доказать приоритет товарного знака. Коммерческое обозначение сможет выступать средством доказывания правомерного использования товарного знака, при этом оно не должно вводить в заблуждение потребителей и контрагентов, нарушать имущественные и неимущественные права других правообладателей.

Необходимость введения понятия «коммерческого обозначения» в ГК РФ в целях единообразной практики использования обозначения подтверждается также актуальной судебной практикой. Например, Суд по интеллектуальным правам (далее – СИП) отказал в признании прав на коммерческое обозначение ввиду того, что предпринимателем не были представлены доказательства того, что используемое средство индивидуализации ассоциировалось именно с конкретным физическим лицом (Постановление Президиума СИП от 5 марта 2021 г. по делу № СИП-226/2020). Данное требование не соотносится с действующими нормами ГК РФ.

Схожие выводы были сделаны судом в отношении коммерческого обозначения «Сады Приморья» (Постановление СИП от 25 мая 2020 г. № С01-84/2020 по делу № А51-10204/2019).

При отсутствии имущественного комплекса у правообладателя проблематично доказать, что коммерческое обозначение индивидуализирует

предпринимательскую деятельность (Постановление Президиума СИП от 17 сентября 2020 г. по делу № СИП – 855/2019) или подтвердить права на визуальное воплощение обозначения (Постановление Президиума СИП от 18 февраля 2021 г. по делу № СИП – 97/2020).

По итогам проведенного исследования (анализа научных работ, судебной практики, учитывая тенденции по использованию обозначения) выработано определение авторского понятия: «Коммерческое обозначение – средство, используемое для индивидуализации предприятий, как имущественных комплексов, и экономической деятельности, осуществляемой юридическими лицами, ИП, лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, объединениями юридических лиц и(или) индивидуальных предпринимателей (включая банковские группы и банковские холдинги), в том числе в сети «Интернет», обладающей известностью в определенной сфере деятельности и на определенной территории, различительными признаками и выраженное в любой разрешенной форме: словесной, изобразительной, звуковой, комбинированной и иной» [265, с.44; 261, с.51].

Указанное понятие позволит улучшить правоприменение и сможет являться стимулом для дальнейшего развития научных исследований, а также исключить ошибочное заключение непоименованных договоров по реализации прав на коммерческое обозначение (Определение ВС РФ от 17 августа 2020 г. № 305 – ЭС21 – 14306; Постановление СИП от 14 мая 2021 г. по делу № А40 – 54303/2020), исключить отказы судов в части возникновения исключительного права на обозначение при отсутствии имущественного комплекса (Постановление Президиума СИП от 25 декабря 2020 г. по делу № СИП – 137/2020).

В настоящее время в ГК РФ не имеется специальных требований к содержанию коммерческого обозначения.

Определяя содержание коммерческого обозначения, следует учитывать, что лишь правила аналогии с фирменными наименованиями и товарными знаками не

являются основополагающими в данном случае. В первую очередь характеризуемое обозначение должно исключать смешение с другими средствами индивидуализации, сходные элементы обозначений, если правообладателями являются разные лица. М.Е. Бобров [113, с.11] выступает против ужесточения подобных правил, и наоборот считает необходимым снятие запрета на регистрацию, например, схожих средств индивидуализации для однородных товаров, даже если право на одно из них возникло раньше.

Часто юридические лица используют в качестве коммерческих обозначений часть, дополняющую организационно-правовую форму. Дальновидным является использование одним и тем же предпринимателем в качестве данного обозначения сходных элементов уже зарегистрированного своего товарного знака.

Как отмечает З.Р. Ожева, словесное обозначение, изображения, символы, знаки, рисунки будут являться содержанием коммерческого обозначения, благодаря возможности, закрепленной в статье 1541 ГК РФ [125, с.21].

Таким образом, коммерческое обозначение способно иметь выражение в различных формах. Поэтому некоторые специалисты на основе полученных знаний в отношении товарных знаков приравнивают к ним и коммерческие обозначения, говоря о возможности индивидуализации цветовых композиций для формирования образа предприятия, например, при создании стиля офиса или ресторана. Так, например, фирменный стиль может в себя включать и объекты авторского права и средства индивидуализации, по мнению Ю.С. Харитоновой [289, с.454].

Предлагаются следующие формы использования коммерческого обозначения, перечень не является ограниченным:

- 1) Словесные обозначения, наиболее распространенная форма. Используют такие обозначения все субъекты предпринимательской деятельности, например ИП указывают свое имя. Существенным условием будет являться соответствие признакам коммерческого обозначения. Широкое распространение словесной формы происходит благодаря простоте запоминаемости, в том числе это может

быть не обязательно одно слово: предложения, девизы, слоганы, используемые в рекламной сфере.

Но следует учитывать, как полагает Н.И. Логинова, что коммерческое обозначение не будет являться таковым, если будет состоять исключительно из слов, указывающих на род деятельности предприятия или товары [217].

В настоящий момент остается справедливым и действующим замечание В.В. Розенберга о том, что названия могут пользоваться защитой, только если они имеют индивидуальный характер и не являются общепринятыми или родовыми [107, с.77].

2) Изобразительные обозначения, как правило, это графические символы, служащие ярким акцентом для индивидуализации предпринимательской деятельности или предприятия, например, эмблемы.

Акционерным обществам допускается иметь эмблему, средства индивидуализации в силу прямого указания закона [21].

В таком случае, если эмблема акционерного общества не зарегистрирована в качестве товарного знака, она будет являться коммерческим обозначением.

3) Комбинированное обозначение: совмещение и изображения, и текста. В.И. Еременко отмечает, что коммерческое обозначение, прежде всего словесное, вместе с тем, использование его на вывеске подразумевает наличие изобразительных элементов [184].

Такие обозначения считаются логотипами, что следует из понятия, представленного, например, Р.Ш. Рахматулиной [247, с.62].

Соответственно, как и в случае с эмблемой, если логотип не зарегистрирован в качестве товарного знака, то он будет коммерческим обозначением (например, логотип Дэйли (Постановление СИП от 30 ноября 2016 г. по делу № А72-6077/2016), но существует и позиция суда, что логотип включает коммерческое обозначение (Постановление Девятнадцатого ААС от 19 октября 2016 г. по делу № А48-2562/2016). Как правило, комбинированные обозначения, как и словесные, выражаются в объемной форме: самое простое — это вывески.

4) Постепенно получает распространение новая особая категория коммерческих обозначений: звуковые и световые, обонятельные обозначения. С помощью них можно получить ассоциативное восприятие у клиентов и контрагентов предприятия. Указанные формы на данный момент носят единичный и редкий характер.

Например, к световому обозначению можно отнести определенную световую вывеску (световой короб) с указанием коммерческого обозначения (действие двух форм – объемная и световая) «Пан Электрик» (Постановление Тринадцатого ААС от 12 апреля 2012 г. по делу № А26-10402/2011), или крышная установка в виде световых букв и световой короб с рассматриваемым средством индивидуализации [77].

Целесообразно не устанавливать закрытый перечень допустимых форм коммерческих обозначений.

Коммерческое обозначение в праве зарубежных стран рассматривается, как правило, как аналог вывески. Считаю необходимым подробно раскрыть **практику использования обозначений за рубежом.**

В отношении международного понимания коммерческого обозначения следует отметить, что впервые термин стал использоваться в Конвенции, учреждающей ВОИС [2].

Использование рассматриваемого обозначения актуально и предопределено, в том числе участием России в Евразийском экономическом союзе (Российская Федерация, Республика Казахстан, Республика Беларусь, Республика Армения, Кыргызская Республика), во Всемирной торговой организации.

Проведено исследование в части использования терминов в оригинальном тексте (на французском языке) [2] и практики зарубежного применения.

В п. viii ст. 2 указанной Конвенции [2] в русскоязычном переводе, содержится фраза «интеллектуальной собственности, включающей права, относящиеся к товарным знакам, знакам обслуживания, фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям».

На французском языке видно следующее: «*propriété intellectuelle*», *les droits relatifs: aux marques de fabrique, de commerce et de service, ainsi qu'aux noms commerciaux et dénominations commerciales*» [65].

Распространенный перевод на русский язык не столь однозначен, с учетом самостоятельного перевода видится, что фраза должна выглядеть таким образом: «Интеллектуальная собственность», права, относящиеся к фирменным знакам, товарным знакам; фабричным клеймам, фабричным маркам, а также названиям фирм (фирмам) и наименованиям (названиям, обозначениям), относящимся к фирме (иначе говоря, коммерческим)» [265, с.43].

За рубежом коммерческое обозначение в основном используется в качестве «вывески» или «указания делового предприятия». Совместная рекомендация о положениях в отношении охраны общеизвестных товарных знаков [51] содержит понятие указателя делового предприятия, которое хозяйствующие субъекты могут использовать для идентификации предприятия, для данных целей подходит любое обозначение [51]. Указанное говорит о его сходстве с российским коммерческим обозначением.

Во Франции данное обозначение отождествляется с вывеской, более удобным способом сообщения потребителям и конкурентам о локальном месте расположения и названия самого предприятия. Вывеска может использоваться для индивидуализации предпринимательской деятельности в сфере работ и услуг, но невозможно ее использование для предприятий, у которых имущественный комплекс является основной производственной и промышленной составляющей. Вывеска во Франции может содержать название организации, указание на имя предпринимателя, название улицы или иных эмблем и логотипов [360].

В своей работе Д.А. Шишкин отмечает, что во Франции существует самостоятельное понятие вывески, которое фактически аналогично понятию коммерческого обозначения [302].

Во Франции вопросы, связанные с объектами интеллектуальных прав, регулируются с помощью общих международных норм, Гражданского кодекса и Кодекса интеллектуальной собственности [66]. Однако последний не содержит

положений об условно понимаемом «коммерческом обозначении». Использование указанного средства индивидуализации осуществляется в соответствии с обычаями делового оборота.

Для целей исключения смешения используемого обозначения с обозначением других субъектов предпринимательской деятельности Торговые суды Франции обращают внимание на необходимость проведения проверки в базе Национального института интеллектуальной собственности и Реестре коммерсантов и обществ наличия схожих зарегистрированных знаков, наименований предприятий и организаций. По итогам проведенного поиска субъект предпринимательской деятельности самостоятельно сможет оценить возможность использования в дальнейшем сходного средства индивидуализации.

В Канаде упоминание коммерческого обозначения встречается в Положении об акционерных обществах федеральной системы, в нем закреплено, что название компании (фактически фирменное наименование) не должно допускать смешение для потребителей, контрагентов с товарными знаками, коммерческими обозначениями других субъектов предпринимательской деятельности [71].

Коммерческое обозначение в Канаде часто путают с названием компании, когда предпринимательская деятельность осуществляется с использованием двух средств индивидуализации, однако цели и сфера использования коммерческого обозначения и названия компании могут существенно отличаться, средства индивидуализации могут использоваться независимо друг от друга.

Факторы, которые необходимо учитывать в Канаде при выборе названия компании, для исключения его смешения с известными товарными знаками и коммерческими обозначениями:

- отличительные способности, насколько название уникально;
- продолжительность охраны прав;
- характер индивидуализируемых объектов;
- степень визуального и фонетического сходства между предполагаемым названием и существующими товарными знаками, коммерческими обозначениями;

- регион Канады, в пределах которого планируется использовать предполагаемое название.

Так как в Канаде, права на коммерческое обозначение регулируются в основном посредством обычая делового оборота, главной заботой субъектов предпринимательской деятельности становится недопущение смешения средств индивидуализации. Примечательно, что само использование канадского коммерческого обозначения тождественно российскому [68].

Иное правовое понимание коммерческого обозначения существует в США – «commercial name» или хорошо всем известный термин «trade name» и в Великобритании «business name». Следует отметить, что в Соединенных Штатах коммерческое обозначение индивидуализирует компанию, партнерство или бизнес [73], без привязки к имущественному комплексу для различных категорий хозяйствующих субъектов. На практике в Соединенных Штатах термин «trade name» тождественен отечественному «фирменному наименованию». Соответственно указанный объект соединяет в себе функции двух средств индивидуализации сразу, что свидетельствует о его универсальности, [75] и относится, как правило, к объектам интеллектуальной собственности, данный вопрос определяется на уровне законодательства конкретного штата.

Например, в штате Оклахома в случае, если корпорация или иной хозяйствующий субъект решит прекратить свою деятельность под зарегистрированным фирменным наименованием (Oklahoma Statutes. Title 18. Corporations. Paragraph 18-1140.1. Withdrawal of trade name [70]) или примет решение о его передаче другому хозяйствующему субъекту (Oklahoma Statutes. Title 18. Corporations. Paragraph 18-1140.2. Transfer of trade name [70]), то он обязан представить доклад государственному секретарю об отзыве такого наименования. В штате Колорадо порядок прекращения существования фирменного наименования (универсального средства индивидуализации) проще, чем в штате Оклахома, требуется лишь подача заявления об отзыве наименования в адрес государственного секретаря (Colorado Revised Statutes. Title 7 - Corporations and

Associations.Trademarks and Business Names. Article 71 - Trade Names. Paragraph 7-71-106. Withdrawal of statement of trade name [67]).

В штате Аризона зарегистрировать рассматриваемое средство индивидуализации вправе любое лицо, партнерство, корпорация, фирма, ассоциация, общество, фонд, федерация или организация (в том числе иностранного происхождения), осуществляющая коммерческую деятельность, при наличии соответствующей лицензии на ее осуществление [63]. К фирменным наименованиям также предъявляются требования об отличительной способности [62].

В Великобритании использование коммерческого обозначения регулируется в соответствии с Законом о компаниях, товариществах с ограниченной ответственностью и бизнесе (наименования и раскрытие информации) [74]. Существуют общепризнанные правила, ограничивающие субъектов предпринимательской деятельности при выборе своего универсального средства индивидуализации – фирменного наименования:

- исключить использование слов, связанных с правительством и (или) местными органами власти;
- нельзя использовать слова, нарушающие законные интересы граждан;
- не допускается использование слов, нарушающих нормы морали, носящих оскорбительный характер [357].

Например, в используемом фирменном наименовании (расширенном аналоге отечественного коммерческого обозначения) запрещено использовать все однокоренные слова со словом «королева».

Во многих странах (например, в Великобритании, Франции, Канаде), как и в России, не существует запрета на сходство или тождество средств индивидуализации, принадлежащих одному и тому же субъекту предпринимательской деятельности.

Германия занимает особое место среди охарактеризованных стран, так как охране подлежат деловые обозначения (условный аналог коммерческих обозначений) и названия произведений. Коммерческим обозначением считается

обозначение, введенное в гражданский оборот как название фирмы или обозначение предприятия [108, с.20].

З.Р. Кат в своей работе отмечает, что фирменное наименование, получившее широкую известность, становится частным случаем коммерческого обозначения в Германии [199, с.60].

Согласно разделу 17 части 3 Коммерческого кодекса Германии существует фирменное наименование (деловое обозначение), это то имя, под которым предприниматель ведет коммерческую деятельность, получил известность, подписывает бумаги. И в соответствии с разделом 21 указанного закона имена владельцев бизнеса, партнеров или акционеров могут быть включены в фирменное наименование [72].

В Германии, как и в Российской Федерации, коммерческое обозначение определяется как самостоятельный объект интеллектуальной собственности.

В Королевстве Марокко коммерческое обозначение совместно с торговой вывеской причисляют к группе фирменных наименований [358]. Однако, согласно разъяснением Марокканского офиса промышленной и коммерческой собственности, коммерческим обозначением считается наименование и (или) знак, который используется для идентификации предприятия (физического или юридического лица) при осуществлении им коммерческой деятельности и который позволяет отличить его от других предприятий, осуществляющих аналогичную коммерческую деятельность. Такое обозначение подлежит обязательной регистрации в торговом реестре. После регистрации данное средство индивидуализации получает охрану на территории всей страны независимо от ее фактического месторасположения [358].

В Марокко, как и в других государствах, запрещено:

- использование обозначений, противоречащих нормам морали и общественного порядка;
- использование обозначений, допускающих смешение с другими средствами индивидуализации субъектов коммерческой деятельности;

- использование государственной символики и наименований государственных органов, международных организаций [358].

Коммерческие обозначения в Марокко охраняются согласно нормам Закона об охране промышленной собственности [69].

В рамках Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС), членом которого является Россия, определены направления сотрудничества государств-членов в части объектов интеллектуальной собственности, охраны и защиты прав на них. Вместе с тем, в «Протоколе об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности» (Договор о ЕАЭС, приложение № 26) не выделяет в качестве самостоятельного объекта правового регулирования коммерческое обозначение. В отличие от Российской Федерации, гражданское законодательство Республики Беларусь, Республики Армения, Кыргызской Республики, Республики Казахстан также не содержит норм, регулирующих права на коммерческое обозначение как объекта интеллектуальных прав.

Статьей 980 Гражданского кодекса (далее – ГК) Республики Беларусь [56] предусматривается наличие средств индивидуализации, а именно фирменного наименования, товарных знаков и знаков обслуживания, географических указаний. Указанные объекты интеллектуальной собственности относятся к промышленной собственности в соответствии со статьей 988 ГК Республики Беларусь. Вместе с тем не исключается наличие иных средств индивидуализации, поименованных в данном кодексе или иных нормативных актах.

Прямо в ГК Республики Беларусь дополнительные средства индивидуализации не указаны. Однако в соответствии со статьей 530 ГК Республики Беларусь [56] при продаже предприятия предполагается переход прав на фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, и иные средства индивидуализации продукции, услуг, работ, продавца. Данный факт свидетельствует об использовании и регулировании прав на фирменное наименование аналогичное российскому коммерческому обозначению.

Схожее правовое регулирование предусмотрено в ГК Кыргызской Республики: закреплено наличие средств индивидуализации участников

гражданского оборота, товаров, работ и услуг, в их число не входит коммерческое обозначение. Дополнительно в ГК Кыргызской Республики (часть 3 статьи 1037) [61] имеется положение о возможности существования иных средств индивидуализации в обозначенных в ГК случаях (дополнительные средства индивидуализации или случаи не конкретизированы). Другие нормативные акты не содержат положений о коммерческом обозначении.

Согласно статье 961 ГК Республики Казахстан [57] к объектам интеллектуальной собственности относятся средства индивидуализации товаров, работ, услуг и субъектов – участников гражданского оборота. Коммерческое обозначение в Республике Казахстан не относится к объектам интеллектуальной собственности. Упоминание о нем встречается в рамках положений статьи 573 ГК Республики Казахстан о договоре аренды предприятия, а также в пункте 24 статьи 1 Закона Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-III «О регулировании торговой деятельности» [58], где данное средство индивидуализации характеризуется аналогично российскому коммерческому обозначению.

Кроме того, С.И. Климкин считает, что в Республике Казахстан коммерческое обозначение, получившее широкую известность, может являться самостоятельным предметом договора франчайзинга (иначе договора коммерческой концессии) [314; 315].

В соответствии с Законом Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III «О рекламе» в качестве недобросовестной рекламы выделяются действия субъектов предпринимательской деятельности, направленные на введение потребителей в заблуждение относительно рекламируемой продукции посредством копирования чужого коммерческого обозначения [59].

Вместе с тем полноценное правовое регулирование прав на коммерческое обозначение в законодательстве Республики Казахстан отсутствует.

Однако ранее, в силу положений статьи 15 Закона Республики Казахстан от 19 июня 1997 года «Об индивидуальном предпринимательстве» [60], имелось понятие «предпринимательское дело», для индивидуализации которого

использовалось фирменное наименование. «Предпринимательское дело» по своей сущности было схоже с предприятием в Российской Федерации и включало в себя имущественные и неимущественные права, материальные объекты, с помощью которых осуществлялась предпринимательская деятельность. Как отмечают С.К. Идрышева, Д.М. Калкенова фирменное наименование, используемое в рамках Закона «Об индивидуальном предпринимательстве», являлось аналогом современного коммерческого обозначения [105, с.214; 192, с.60].

Учитывая изложенное, наличие коммерческого обозначения в Республике Казахстан и регулирования данного объекта на уровне Российской Федерации до принятия части 4 ГК РФ. Так как имеются предпосылки для развития существования данного средства индивидуализации в правовом поле Республики Казахстан, следует согласиться с С.К. Идрышевой [193, с.23-24], что назрела необходимость совершенствования законодательства Казахстана в данном направлении с учетом положительного опыта Российской Федерации.

В Республике Армения коммерческое обозначение также не является объектом интеллектуальных прав согласно части 3 статьи 1100 ГК Республики Армения [55]. В иных ключевых нормативных актах, регулирующих правоотношения, возникающие в результате осуществления предпринимательской деятельности, не содержится упоминания о коммерческом обозначении.

Учитывая положительный опыт Российской Федерации, Германии, Франции, Великобритании, считаем необходимым внести изменения в приложение № 26 к Договору о создании ЕАЭС и гармонизировать законодательство других государств-членов ЕАЭС в отношении регулирования прав на коммерческое обозначение, что в свою очередь окажет положительное влияние на формирование единого рынка товаров, услуг в рамках ЕАЭС. Указанное приложение предлагается дополнить следующими положениями:

- ввести понятие «коммерческое обозначение»;
- описать порядок и условия предоставления охраны и защиты данному средству индивидуализации;

- установить срок действия исключительных прав на коммерческое обозначение;
- отразить порядок и условия прекращения охраны и защиты прав на рассматриваемое обозначение.

В результате анализа понятий и практики использования исследуемого средства индивидуализации за рубежом, получены выводы:

1) На международном уровне отсутствует единый нормативный правовой акт, в котором закреплялось бы положение средства индивидуализации в целом, определяемого как – идентификация предприятия. Издание такого нормативного правового акта необходимо для реализации прав и защиты законных интересов субъектов предпринимательской деятельности во всем мире, в том числе из-за активной интеграции стран и унификации других отраслей права.

2) Отсутствует единое понятие рассматриваемого средства индивидуализации, но осуществляется практически единообразное использование средства на всей территории России, Европейских стран и США, что дает основание говорить о необходимости существования данного объекта и его использовании.

3) Отечественное законодательство является наиболее прогрессивным в части закрепления прав на коммерческое обозначение. Недостатками является на данный момент: отсутствие понятия исследуемого объекта, не урегулирован вопрос о новых правообладателях средства индивидуализации, проблемы заключения для реализации прав на обозначения непоименованных в ГК РФ договоров, охраны и защиты обозначения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

З.Р. Ожева отмечает, что существование рассматриваемого средства индивидуализации — это ошибка законодателя, а отсутствие зарубежного аналога — ее весомое подтверждение [125, с.29]. Вместе с тем, по итогам проведенного исследования, целесообразность использования в гражданском обороте коммерческого обозначения подтверждается его обширным использованием не только в Российской Федерации.

На основании проведенного анализа предлагается использование коммерческого обозначения в мире классифицировать в зависимости от формы юридического закрепления права:

- закреплено специальное правовое регулирование: коммерческое обозначение является объектом интеллектуальных прав (Российская Федерация, Германия, Королевство Марокко);

- регулирование прав на коммерческое обозначение тождественно регулированию прав на другие средства индивидуализации: коммерческое обозначение не относится к объектам интеллектуальных прав (Франция, Канада, Великобритания, Соединенные Штаты Америки,);

- отсутствует специальное правовое регулирование прав на коммерческое обозначение (Республика Беларусь, Республика Армения, Кыргызская Республика, Республика Казахстан)

Для возникновения исключительного права у правообладателя на коммерческое обозначение необходимо, чтобы оно обладало определенными признаками. Подлежат рассмотрению законодательно обусловленные признаки.

1) Достаточные различительные признаки, для целей исключения введения в заблуждение заинтересованных лиц, предпринимателей или смешение предприятий. Ярким примером является судебный спор между ГБУ города Москвы «Ритуал» и ООО «ГБУ «Ритуал» об использовании коммерческого обозначения учреждения в наименовании юридического лица. Суд отметил, что слово «Ритуал» не может являться коммерческим обозначением ввиду отсутствия различительных способностей и его повсеместного использования организациями, оказывающими ритуальные услуги (Постановление Девятого ААС от 11 ноября 2016 г. № 09АП-49189/2016 по делу № А40-199403/15).

2) Коммерческое обозначение должно использоваться на определенной территории. Наиболее результативным считается сосредоточенность деятельности на одной или нескольких зонах действия предприятия. Предлагается определять территорию действия исключительных прав в пределах муниципальных

образований, субъекта и (или) субъектов Российской Федерации. На практике коммерческое обозначение используется в рамках городов, крупных поселений, муниципальных районов и округов, и иных крупных территориальных единиц.

З.Р. Ожева в своем диссертационном исследовании предлагает ввести территориальное ограничение использования коммерческого обозначения исключительно в черте муниципального образования [126, с.45-46]. В таком случае защита и охрана исключительных прав на это средство индивидуализации не будет распространяться на субъекты Российской Федерации. М.Е. Бобров предлагает рассматривать территорию, на которой рассматриваемое средство индивидуализации получило известность и определять ее как зону действия исключительного права на обозначение [113, с. 11, 151].

Существенным условием является то, что действие прав на коммерческое обозначение распространяется только на территорию Российской Федерации, например, как установлено в решении Суда, если права передаются для осуществления деятельности на территории Латвии (Постановление ФАС Северо-Западного округа от 10 октября 2012 года по делу № А56-69042/2011), соответственно права на коммерческое обозначение прекратят свое действие в указанной стране.

3) При наличии указанных выше признаков коммерческое обозначение может быть введено (исключительные права на него) в гражданский оборот, и в ходе осуществления предпринимательской деятельности будет осуществляться получение третьего необходимого признака: известности. Наиболее простым способом получения известности является размещение коммерческого обозначения на вывеске предприятия. При отсутствии имущественного комплекса и иных материальных активов у предпринимателя известность может быть приобретена в результате использования коммерческого обозначения в сети «Интернет», благодаря рекламе, использования на документах и так далее. Обращаем внимание, что простого размещения коммерческого обозначения на вывеске недостаточно, предприятие должно функционировать, быть известно потребителям и контрагентам, данный нюанс отмечают и суды (Решение СИП

от 18 ноября 2019 г. № СИП-437/2019). Кроме того, использование фирменного наименования идентичного коммерческому обозначению не является подтверждением факта получения известности коммерческим обозначением ввиду того, что данные средства индивидуализации имеют различную сущность и самостоятельную роль в гражданском обороте (Решение СИП от 22 января 2020 г. по делу № СИП-543/2019).

Вызывает множество вопросов степень известности и может ли она быть достигнута при начальном этапе ведения деятельности, когда об обозначении известно лишь некоторым контрагентам. Ведь тогда ставится под сомнение возникновение прав на коммерческое обозначение ввиду неполного наличия всех признаков охраноспособности. Суды считают недостаточным факт ведения предпринимательской деятельности без каких-либо подтверждающих наличие известности обозначения документов (Определение ВС РФ от 5 марта 2019 г. № 300-КГ-18-24242 по делу № СИП-297/2018; Определение Верховного арбитражного суда (далее – ВАС) РФ от 28 июня 2010 г. № ВАС-8458/10 по делу № А76-15256/2009-22-577).

Так, Т.Г. Ключун предлагалось устанавливать известность в судебном порядке [120, с.90-91], однако Д.Н. Колодин отмечает при этом неоднозначное трактование судами критерия известности обозначения в каждом отдельном случае [203, с.292]. Н.И. Логинова указывает на возможность оценки известности коммерческого обозначения по аналогии с оценкой известности брендов [217], В.А. Болтнева допускает возможность определения известности коммерческого обозначения Палатой по патентным спорам при Роспатенте аналогично общеизвестным товарным знакам [115, с.59].

О.А. Рузакова отмечает, что невозможно удостовериться в наличии прав на используемое коммерческое обозначение, пока не выработан механизм установления известности обозначения [129, с.139].

В целях точного определения известности нами предлагается введение степени известности. Благодаря указанию степени известности станет возможно определять пределы территории, на которой стало известно коммерческое

обозначение, минимизировать риски в части отказов в признании факта получения известности (в рамках судебного дела выявлено отсутствие доказательств получения известности с помощью доменного имени (Постановление ФАС Северо-Западного округа от 27 августа 2013 г. по делу № А56-70563/2010); не установлен момент получения известности (Постановление СИП от 6 июля 2021 г. по делу № А55 – 12263/2020); отказано в подтверждении получения известности с помощью сведений о посещаемости интернет – сайта и количестве подписчиков (Постановление Президиума СИП от 5 марта 2021 г. № С01 – 1897/2020 по делу № СИП – 226/2020), а также устанавливать соответствующие параметры при осуществлении регистрации в Цифровом реестре коммерческих обозначений. Подробное рассмотрение указанной процедуры регистрации представлено в параграфе 3.3 настоящего исследования.

Предлагается устанавливать степень известности двух видов:

- минимальная известность (использование обозначения в сети «Интернет», рекламе, договорах, в фирменном стиле и т. д.) – это известность в пределах муниципального образования (Решение СИП от 28 июля 2021 г. по делу № СИП-1075/2020). Однако, например, известность строящегося торгового центра на территории сельского поселения без учета других признаков охраноспособности не свидетельствует о получении необходимой известности (Решение СИП от 18 ноября 2019 г. по делу № СИП-437/2019).

- широкая известность в нескольких муниципальных образованиях, субъекте или субъектах Российской Федерации в рамках расширения территории деятельности правообладателя, за пределами территории, которая допускается для получения минимальной известности (например, на данный момент суды отмечают, что широкая известность не доказана среднему потребителю (Постановление Президиума СИП от 5 марта 2021 г. № С01 - 1897/2020 по делу № СИП – 226/2020), требуется представлять обширную доказательственную базу).

Установление степени известности посредством Цифрового реестра и предоставление соответствующей выписки в качестве доказательства в суде позволит минимизировать случаи:

- субъективного усмотрения суда и требования доказать широкую известность обозначения (такой факт будет отображен в реестре) (Решение СИП от 19 марта 2021 г. по делу № СИП - 1021/2020);

- неприятия в качестве доказательств известности коммерческого обозначения сведений о его указании на внутренних документах, договорах (сведения о договорах и внутренних документах, также будут содержаться в реестре) (Постановление СИП от 28 декабря 2020 г. по делу № А17 – 545/2019);

- неприятия в качестве доказательств опроса потребителей, затрат на рекламу, значительные объемы реализации товаров, оказания услуг (Решение СИП от 31 июля 2020 г. по делу № СИП-538/2019).

При этом несмотря на свою общеизвестность, как обязательный признак, по мнению О.А. Городова [117, с.138], коммерческие обозначения не могут собой подменять общеизвестные товарные знаки и могут получать широкую известность только при индивидуализации предприятий, предпринимательской деятельности, и при выполнении функции замещения товарных знаков - в дорегистрационный период и в период регистрации товарных знаков.

О.А. Рузакова отмечает, что способы использования коммерческого обозначения являются его признаком [129, с.139], однако, логично это положение включать в содержание исключительного права как одно из правомочий правообладателя.

Дополнительно отмечается, что коммерческое обозначение оказывает влияние на имидж предприятия или субъекта предпринимательской деятельности посредством его использования в фирменном стиле или в качестве самостоятельного объекта. Основные работы в данном направлении: Ю.С. Харитоновой [289], Р.Р. Тимиргалеевой [279], М.Е. Шмакова [136], Н.Л. Рогалевой [128] и других.

Так, в широком смысле имидж понимается как образ организации, влияющий на восприятие ее потребителями и контрагентами [201], при наличии позитивного имиджа у предприятия или юридического лица, индивидуального

предпринимателя мы можем говорить о более эффективной реализации им правовых возможностей в части законной предпринимательской деятельности.

Суды иногда приходят к противоречивым выводам, например, Арбитражный суд Новосибирской области заключил, что коммерческое обозначение включает в себя фирменный стиль и торговую марку (Решение АС Новосибирской области от 25 декабря 2015 г. по делу № А45-20014/2015). Хотя ситуация обстоит совсем наоборот, коммерческое обозначение входит в фирменный стиль и может входить в состав других, регистрируемых средств индивидуализации, правообладатель вправе в своей деятельности использовать схожие между собой средства индивидуализации (Постановление СИП от 24 июля 2018 г. № С01-547/2018 по делу № А79-11966/2017).

Учитывая изложенное, получен вывод, что коммерческое обозначение может выступать средством формирования позитивного или негативного внешнего (визуального) имиджа предприятия или субъекта предпринимательской деятельности в зависимости от характера его восприятия участниками гражданского оборота.

1.3 Место коммерческого обозначения в системе средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

Является малоисследованным вопрос определения места отдельных структурных элементов в системе права интеллектуальной собственности. Поэтому целесообразно для корректного определения места коммерческого обозначения в системе средств индивидуализации обратиться к вопросу системы в целом.

Рассмотрение данной проблемы обусловлено особой значимостью интеллектуальной собственности для государства и общества. Схожего мнения придерживается в своей работе М.Г. Иванова, считая, что интеллектуальная собственность позволяет подчеркивать важность культуры и прогресса, развития общества [191].

«Интеллектуальная собственность» стала особенной составляющей гражданского права, появилась собственность, не имеющая материальной сущности. Материальная составляющая важна только в случае визуального воплощения объекта интеллектуальной собственности в пространстве.

Примером может служить индивидуализация с помощью коммерческого обозначения предприятия. Для целей индивидуализации не важен факт: на каком праве предприятие принадлежит субъекту предпринимательской деятельности, однако при отсутствии предприятия коммерческое обозначение уже не сможет выполнять своих законодательно обусловленных задач.

Таким образом, интеллектуальная собственность занимает особое место и в составе гражданского права.

Следует обратить внимание на варианты структуры системы права в целом: европейский подход – соответственно «публичное» и «частное право», а также советский подход – деление права на отрасли, подотрасли, институты, так как отмечает Е.А. Суханов, что в России частное право отсутствовало и не признавалось на определенном этапе развития государства [277, с.104].

Отмечая современные тенденции определения структуры системы права, наиболее соответствующим современной научной ситуации следует считать деление на «публичное» и «частное». Однако необходимо признать состоятельность и важность советской модели деления права, и невозможность представления полной картины без рассмотрения данной позиции.

В соответствии с советской моделью деления права, право интеллектуальной собственности является отраслью и подотраслью выступает право промышленной собственности.

Справедливо мнение П.П. Баттахова [147, с.14], что институтом являются права на средства индивидуализации, и соответственно право на коммерческое обозначение – это подинститут (или субинститут).

Следует обратить внимание на развитие теории укрупнения подинститутов интеллектуальной собственности, то есть объединения объектов в большие

группы, например, в право промышленной собственности входят средства индивидуализации различных объектов и субъектов, а также объекты патентного права. О.А. Городов придерживается теории укрупнения, однако отмечает, что в качестве самостоятельных институтов выступают авторское право и право промышленной собственности [95, с.383-385].

В процессе становления права интеллектуальной собственности как составляющего гражданского права, некоторые ученые предлагали относить материальные объекты, посредством которых получили визуализацию промышленные образцы, изобретения, средства индивидуализации, так же к объектам промышленной собственности, на что обращают внимание В.В. Белов, Г.В. Виталиев, Г.М. Денисов [97, с.11].

Ж.-К. Галу в свою очередь определяет промышленную собственность как совокупность прав, позволяющих защищать объекты промышленного характера, отличительные знаки [111, с.6].

Институт защиты конкуренции иногда представляется как составляющая системы промышленной собственности. Указанный институт должен выступать самостоятельным элементом именно гражданского права, так как является следствием развивающихся гражданских правоотношений и не только в рамках права интеллектуальной собственности. Действительно, защита от недобросовестной конкуренции согласно Конвенции по охране промышленной собственности [3] в отношении объектов промышленной собственности имеет некоторые особенности, но это лишь указывает на различия конкурирующих объектов.

В настоящее время система права интеллектуальной собственности считается мало исследованной, мало изучена, отсутствует единое понимание о месте средств индивидуализации в системе гражданского права, что отмечает, например, А.И. Сорокина [272]. Представляется, что средства индивидуализации являются составной частью права интеллектуальной собственности, что следует из закона. Подтверждением этого является их общая нематериальная сущность [179, с.2].

В качестве причины неопределенности места средств индивидуализации в системе права, в том числе отметим, отсутствие их официального понятия в ГК РФ. О месте и уникальности средств индивидуализации в системе права, например, свидетельствует позиция Р.Ш. Рахматулиной [246]: указанные объекты интеллектуальной собственности служат для субъектов предпринимательской деятельности средством выделения их деятельности, товаров, работ, услуг от других лиц гражданских правоотношений.

В части системы гражданского права нами получены следующие выводы: право интеллектуальной собственности является структурным элементом гражданского права, а средства индивидуализации выступают либо самостоятельным элементом права интеллектуальной собственности [151, с.6], либо входят в его систему в составе подинститута промышленной собственности. Однако не все исследователи соглашались с такой позицией, считая необоснованным включения в систему интеллектуальной собственности средств индивидуализации (и коммерческого обозначения, в частности) ввиду отсутствия у них творческой составляющей [120, с.67-68], что, на наш взгляд, не совсем верно ввиду частого пересечения объектов авторского права и средств индивидуализации. Е.А. Кондратьева, например, не разделяет объекты интеллектуальных прав и средства индивидуализации [121, с.7, 14].

Отнесение средств индивидуализации (в том числе коммерческого обозначения) в качестве структурного элемента права интеллектуальной собственности [133, с.158] видится обоснованным. Е.А. Суханов отмечает, что и бездокументарные ценные бумаги в силу их нематериального характера целесообразно было бы отнести к объектам интеллектуальных прав [276, с.45-46].

И при отсутствии деления права на институты и подинституты, согласно советской модели, право интеллектуальной собственности и средства индивидуализации в его составе являются неотъемлемой частью гражданского права, обладают тесной взаимосвязью и могут быть отнесены к частному праву. Вместе с тем, учитывая положения законов и подзаконных актов ни одно право по своей сущности нельзя отнести полностью к частному или публичному праву.

В данном случае мы поддерживаем точку зрения В.В. Васильева, отмечающего, что гражданское право не может быть только частным [157, с.32]. Так как нормы закона даже дозволительного характера носят все равно властно-подчиненный характер. Например, коммерческие обозначения (и иные средства индивидуализации в целом) относятся к частному праву, элементы государственной или добровольной регистрации обозначения говорят о публичности правоотношений. Поэтому представить какие-либо границы между публичными и частными составляющими права в данном случае невозможно. Такой же точки зрения придерживается и М.Н. Лядащева-Ильичева [219, с.39].

Учитывая изложенное, в целях определения места коммерческого обозначения среди других средств индивидуализации, необходимо обратиться к его функциям.

Основная функция коммерческого обозначения - индивидуализации предприятия (функция отличная от других средств индивидуализации). Аналогичными функциями обладают и иные средства индивидуализации, призванные их выполнять в отношении юридического лица и товаров соответственно.

К вопросу изучения функций товарных знаков и фирменных наименований исследователи обращались неоднократно, например, К.С. Ботарева, М.Н. Марченко [154, с.6-7], А.Г. Бобров [152], С.В. Сурова [275]. Несмотря на сходство функции средств индивидуализации для каждого она имеет свою особенность. В данном случае отличием будет являться индивидуализация материального объекта, на базе которого осуществляется предпринимательская деятельность.

М.Н. Панкова полагает, что у товарного знака может быть функция идентификации товара [239]; В.И. Субботин [274] приписывает подобную функцию коммерческому обозначению. М.А. Рожкова верно отмечает [320], что коммерческие обозначения и фирменные наименования не могут иметь функцию идентификации, в отличие от товарных знаков, используемых для широкого

спектра объектов. Функция индивидуализации гораздо шире и может быть применима для индивидуально определенного объекта - предприятия.

Однако К.С. Батарева, М.Н. Марченко высказывают точку зрения, что идентификационная функция равна информационной функции [154, с.6-7]. Информационная функция возникает тогда, когда коммерческое обозначение, отвечающее всем законодательно установленным требованиям, размещается правообладателем на вывеске, в сети «Интернет», в рекламе, документах и на любых других доступных носителях.

Данная функция проявляется тогда, когда правообладатель хочет довести до сведения потребителей, контрагентов информацию о своем предприятии с помощью обозначения, обратить на него внимание. Безусловно, это общая функция для всех средств индивидуализации.

Так как функции коммерческого обозначения мало исследованы, принято считать, что вслед за товарными знаками данное обозначение способно выполнять охранную и защитную функции, а также гарантийную.

Указанные функции коммерческое обозначение не может выполнять в полном объеме и отдаленно унаследовало от товарного знака в силу своего происхождения, что было рассмотрено в параграфе 1.1 настоящего исследования.

Ввиду того, что права на коммерческое обозначение не подлежат регистрации, то выполнение охранной и защитной функции – самое слабое место данного средства индивидуализации.

По мнению Е.Ю. Ершовой [185], гарантийная функция свойственна товарным знакам, что было оправдано для советского периода их существования, когда гарантия качества товара была прямой обязанностью производителя.

В настоящее время целесообразно говорить о наличии у коммерческого обозначения репутационной функции, которая вмещает в себя и возникающие правоотношения, партнерские соглашения, результаты деятельности (в том числе рекламных кампаний) и многое другое. По своей сути данная функция включает в себя обозначенные ранее функции: охраны, защиты, гарантийную.

Наличие данной функции у коммерческого обозначения логично, так как участники гражданского оборота учитывают в своей деятельности деловую репутацию предприятия. Подобную функцию возможно будет распространить и на иные средства индивидуализации.

Для современного этапа развития правового регулирования средств индивидуализации репутационная функция будет играть одно из ведущих положений, в частности подобная функция коммерческого обозначения может повлечь положительные или негативные последствия, зеркально приобретенной деловой репутации. Деловая репутация (с учетом положений статьи 150 ГК РФ) [6] считается нематериальным благом, при необходимости допускается провести ее оценку (как нематериальный актив предприятия для постановки на баланс).

Коммерческое обозначение также способно оказывать влияние на деловую репутацию, если отвечает всем законодательно установленным требованиям, его известность в определенной сфере, денежная стоимость свидетельствуют о новом уровне ведения предпринимательской деятельности. Также известное и успешное коммерческое обозначение выступает стимулом для использования подобного средства индивидуализации другими юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями.

У коммерческого обозначения функцию стимулирования добросовестной конкуренции, о которой ранее в научных исследованиях не говорилось, так как финансовые и трудовые ресурсы имеют определенные ограничения и границы; в первую очередь у субъектов предпринимательской деятельности возникает потребность выделения своих товаров, работ, услуг, деятельности, предприятий: коммерческое обозначение становится одним из способов, с помощью которого можно выделиться среди схожих организаций и (или) предпринимателей. Для организации или ИП приобретение известности на конкретной территории также связано с дальнейшим развитием деятельности, возникновением конкуренции. Положительный эффект от использования рассматриваемого средства индивидуализации может быть достигнут только при добросовестной конкуренции участников гражданских правоотношений.

Учитывая изложенную позицию в параграфе 1.1 и 1.2 настоящего диссертационного исследования о том, что коммерческое обозначение возникло благодаря двум прообразам «фирме» времен Российской империи и товарного знака советского периода, можно сделать вывод, почему за рубежом либо отсутствует прямой аналог коммерческого обозначения российского образца, либо правовое понимание и регулирование объекта значительно отличается от отечественного. Коммерческое обозначение в Российской Федерации сформировалось как универсальный гибрид и в первую очередь выполняет функцию индивидуализации предприятий (имущественных комплексов), затем предпринимательской деятельности, осуществляемой хозяйствующими субъектами и их объединениям, оно способно при отсутствии иных средств индивидуализации выполнять их функции – индивидуализировать юридическое лицо (вместо фирменного наименования), товары, работы, услуги (вместо товарных знаков, знаков обслуживания). Требование о соблюдении прав и интересов других предпринимателей, использование обозначения в соответствии с положениями ГК РФ действует и при подобном замещении функций.

Важно обратить внимание на позицию В.И. Еременко [177] относительно самостоятельности каждого средства индивидуализации и невозможности замещения одного средства другим. Наличие функции замещения у коммерческого обозначения говорит о его гибкости и необходимости совершенствования правового регулирования данного вопроса, модернизации его положения в системе средств индивидуализации. О несовершенстве правового регулирования средств индивидуализации в целом отмечает и П.П. Баттахов [149, с.19]. З.Р. Ожева, говоря о сходстве коммерческого обозначения с фирменным наименованием (использование части фирменного наименования в качестве обозначения), отмечает невысокую роль самостоятельного существования обозначения и считает, что оно может быть только факультативным средством индивидуализации [126, с.48].

Таким образом, коммерческое обозначение благодаря своим функциям: индивидуализации предприятия (в дальнейшем и предпринимательской деятельности согласно представленному нами понятию обозначения и новому подходу к его существованию в гражданском праве Российской Федерации), информационной функции, репутационной функции и функции стимулирования добросовестной конкуренции, функции замещения занимает неоднозначное место среди других средств индивидуализации и может считаться универсальным и гибким для использования субъектами предпринимательской деятельности в гражданском обороте.

Глава 2

Совершенствование законодательного регулирования прав на коммерческое обозначение в условиях цифровизации

2.1 Правовые особенности использования коммерческого обозначения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в условиях современного гражданского оборота

В настоящее время вопросы цифровизации достаточно актуальны и обсуждаемы учеными (например, Г.Ф. Ручкиной [254], Н.Н. Мисник, П.Н. Пархоменко [223], А.А. Карцхия [197]) и политиками [325], предпринимателей и многих других. Председатель Правительства Российской Федерации М.В. Мишустин в ходе выступления на Международном форуме «Цифровое будущее глобальной экономики» в Казахстане (31 января 2020 г.) отметил влияние цифровизации на социальные, экономические и трудовые процессы, которые должны сопровождаться изменениями на правовом уровне. В современной модели ведения предпринимательской деятельности, по мнению председателя Правительства Российской Федерации, играют роль талант, знания, интеллектуальная собственность, нематериальные активы [332].

А.А. Карцхия указывает, что «цифровая «реальность» на данный момент активно влияет на поведение человека, возникающие отношения, формируется цифровое право [198, с.15]. Глобальное развитие цифрового пространства оказывает влияние и на объекты интеллектуальных прав, на коммерческое обозначение, в частности, их способы использования и защиты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В рамках программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утверждена 24 декабря 2018 года на заседании президиума Совета по стратегическому развитию и национальным проектам) государством уделяется большое внимание развитию новых технологий и цифровых платформ, правовая

политика направлена на стимулирование развития отношений и их правового закрепления в части использования нейротехнологий и искусственного интеллекта, промышленного интернета, технологий виртуальной и дополненной реальности и других направлений. Предполагается формирование правовых условий для повышения активного использования результатов интеллектуальной деятельности, либерализация и глобализация режима оборота объектов интеллектуальных прав в рамках развития цифровой экономики, а также формирование правовых основ для защиты прав потребителей в условиях новой цифровой реальности.

Л. Лессинг отмечает, что информационно-телекоммуникационная сеть «Интернет» должна иметь собственное правовое регулирование отличное от общепринятого регулирования для реального пространства. Указанное регулирование должно формироваться с учетом комплексного подхода по принятию соответствующих нормативных документов, с учетом социальных и технологических норм, экономическими законами [359].

Учитывая выше обозначенные аспекты, роль сети «Интернет» в гражданских правоотношениях в настоящее время возрастает, по информации Проектного офиса национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации объем интернет-торговли за 2020 год в России увеличился почти на 60 % [331] и в развитии интернет-торговли будет играть активную роль искусственный интеллект.

В условиях цифрового пространства и с учетом выбранной правовой политики государства требуется дополнительная регламентация использования, охраны и защиты коммерческого обозначения, в частности, в сети «Интернет». Учитывая тенденции развития предпринимательских отношений в цифровой сфере, особый интерес представляют для рассмотрения особенности использования, охраны и защиты коммерческих обозначений в сети «Интернет», при использовании агрегаторов электронной торговли, а также риски внедрения искусственного интеллекта и его влияние на объекты интеллектуальных прав (включая коммерческое обозначение), разграничение рассматриваемого

обозначения и доменных имен как средства-адресации и неотъемлемой части интернет-пространства.

Риски и особенности использования коммерческого обозначения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В настоящее время недостаточно урегулированы правоотношения, возникающие в результате осуществления деятельности физическими и юридическими лицами в сети «Интернет». Как отмечает В.Б. Наумов, существенными проблемами являются: определение юрисдикции, ответственности информационных посредников и предпосылки формирования подхода к саморегулированию отношений в сети «Интернет» [103, с.9]. Имеются и дополнительные проблемы по привлечению к ответственности не только информационных посредников, но и других участников гражданских правоотношений, а также нарушение исключительных прав на различные объекты (в том числе на коммерческое обозначение), некорректное применение норм субъектами предпринимательской деятельности в части использования собственного коммерческого обозначения в нашем случае.

Одной из ключевых особенностей приобретения права на коммерческое обозначение (пункт 1 статьи 1539 ГК РФ [9]) является получение обозначением известности на определенной территории, при этом правообладателю необходимо иметь подтверждение возникновения у него прав на коммерческое обозначение и возникновения известности данного средства индивидуализации (Определение ВС РФ от 26 июня 2017 г. № 305-ЭС16-9019 по делу № А40-149321/2015). Способ использования коммерческого обозначения в российском законодательстве не ограничен. Допускается размещение коммерческого обозначения в рекламе, объявлениях, счетах и договорах, на вывесках, товарах, упаковках и в сети «Интернет». Указанный список не является исчерпывающим.

Для того, чтобы возникло право на коммерческое обозначение, недостаточно его разместить на указанных выше объектах, необходимо, чтобы оно получило

известность на конкретной территории. Что подтверждается не только действующими положениями ГК РФ, но и судебной практикой (Постановление СИП от 28 апреля 2017 г. № С01-301/2017 по делу № А60-1837/2016; Решение СИП от 10 апреля 2017 г. № СИП-752/2016; Решение СИП от 24 февраля 2021 г. по делу № СИП-949/2020).

В настоящее время предприниматели активно продвигают свои товары, работы и услуги, предприятия с использованием сети «Интернет», так как данный способ является общедоступным, одним из менее затратных и быстрых способов доведения до неограниченного круга лиц информации, рекламы. Соответственно сеть «Интернет» оказывает благотворное влияние для развития предпринимательской деятельности.

Но ГК РФ имеет строгое ограничение – принцип территориальной охраны, он является общим для всех средств индивидуализации и закреплен на международном уровне, начиная от территории конкретного государства, как отмечает Б.А. Шахназаров [300, с.134]. Для коммерческого обозначения, по нашему мнению, под территорией следует понимать муниципальное образование, субъект или несколько субъектов Российской Федерации [266, с.17], в зависимости от масштабов самого предприятия. Учитывая, что коммерческое обозначение подлежит охране исключительно на российской территории, так как за рубежом отсутствуют единые правила его использования и в каждой стране установлен свой порядок. Однако М.А. Верхолетов отмечает, что за рубежом отсутствует аналог коммерческого обозначения и для выхода на международный уровень правообладателю потребуются преобразования коммерческого обозначения либо в товарный знак, либо в знак обслуживания [160]. Определить территорию в сети «Интернет» несложно, проблемным является именно процесс определения факта получения средством индивидуализации известности в пределах конкретной территории.

Имеют место быть ситуации, когда субъекты коммерческой деятельности ошибочно полагают, что использование интернет-сайта с доменным именем, схожим с коммерческим обозначением, порождает возникновение

исключительного права на коммерческое обозначение ввиду того, что сам интернет-сайт и доменное имя не относятся к средствам индивидуализации [81], (Постановление СИП от 28 апреля 2017 г. № С01-301/2017). Подобный подход порождает возникновение ложного понимания о возникновении исключительных прав на коммерческое обозначение.

Информация о предприятии, реклама в сети «Интернет», безусловно, достигает своего назначения: получение положительных или отрицательных ассоциаций у конечных потребителей, как это отмечает В.А. Белов [150, с.280]. Но для того, чтобы подтвердить факт получения коммерческим обозначением известности на определенной территории, недостаточно его просто указать на веб-сайте предприятия или индивидуального предпринимателя (Решение Кировского УФАС России от 14 марта 2016 г. по делу № 17/04-15а; Постановление Президиума СИП от 5 марта 2021 г. № С01-1897/2020 по делу № СИП-226/2020; Постановление СИП от 25 мая 2021 г. № С01-427/2021 по делу № А55-6529/2020), потребуется использование автоматизированных и нецифровых способов подтверждения указанной известности: например, публикации в средствах массовой информации, статистические данные посещаемости официального сайта правообладателя коммерческого обозначения, договор на разработку интернет-сайта, договоры об оказании рекламных услуг, а также, например, договоры об оказании аэропортовых услуг и наземном обслуживании, которые представила Авиакомпания «Азимут» в рамках судебного разбирательства (Решение СИП от 18 сентября 2019 г. по делу № СИП-511/2019).

Для решения данной проблемы логично использование геолокации – размещение соответствующих геотегов путем их присоединения к фотографиям или страницам интернет-сайтов, как показывает практика, такой способ определения местонахождения предприятия актуален для субъектов предпринимательской деятельности (Решение СИП от 26 декабря 2019 г. по делу № СИП-501/2019; Постановление Восемнадцатого АС от 12 марта 2020 г. № 18АП-1296/2020 по делу № А47-3976/2019).

Подобные технические средства предпринимателями используются для реализации таргетированной рекламы. Вместе с тем субъекты предпринимательской деятельности осознанно указывают в качестве геотега различные известные места (туристические места, крупные магазины и прочие) для повышения охвата аудитории потребителей, контрагентов. Подобные геотеги не свидетельствуют ни о месте расположения предпринимателя, ни о территории, где коммерческое обозначение приобрело известность. Указанные действия влекут за собой неверное понимание со стороны потребителей, контрагентов о месте ведения предпринимательской деятельности.

Имеется практика добросовестного использования данных геолокации bushido102.ru при доказательстве расположения организации (Решение СИП от 26 декабря 2019 г. по делу № СИП-501/2019); ПАО «КАМАЗ» указывает подобные данные в дистрибьютерских договорах для определения точного месторасположения дистрибьютера – предприятия как имущественного комплекса (Постановление Восемнадцатого АС от 12 марта 2020 г. № 18АП-1296/2020 по делу № А47-3976/2019).

В настоящее время размещаемые геотеги в сети «Интернет» могут устанавливаться произвольно и в любой момент в ручном режиме изменяться пользователем, установившим подобный геотег, что может повлечь негативные последствия при судебных разбирательствах.

Предлагается ввести новую статью 1538.1 ГК РФ и закрепить в ней основные условия размещения геотегов в сети «Интернет» для субъектов предпринимательской деятельности, в целях достоверной идентификации территории, на которой коммерческое обозначение получило известность, а также для исключения случаев введения в заблуждение потребителей и контрагентов.

Основные условия:

«1) Допускается размещение геотегов путем их присоединения к фотографиям или страницам интернет-сайтов для определения территории, на которой правообладатель коммерческого обозначения осуществляет

предпринимательскую деятельность и (или) данное средство индивидуализации получило известность.

2) Запрещается размещение геотегов в отношении территории, на которой правообладатель коммерческого обозначения не ведет предпринимательскую деятельность и не использует данное средство индивидуализации. В целях повышения спроса, возникновения устоявшихся ассоциаций и приобретения дальнейшей известности возможно указание коммерческого обозначения в рекламе, сведений в сети «Интернет» для ознакомления неограниченным кругом лиц. Обязательное условие для осуществления указанных действий – соблюдение требований пункта 1 [261, с.53-54]».

В рамках реализации процедуры регистрации в реестре коммерческих обозначений предполагается отметка о территории (установление геотегов), на которой правообладатель обозначения осуществляет предпринимательскую деятельность, и оно стало известно.

Процесс получения коммерческим обозначением известности на определенной территории в отечественном законодательстве не урегулирован, не определены границы подобной территории. Применение возможностей сети «Интернет» порождает еще большую неопределенность, субъекты предпринимательской деятельности, контрагенты и потребители имеют ложное понимание о действии исключительного права на конкретное коммерческое обозначение на территории всей Российской Федерации.

Суд по интеллектуальным правам приводит единое мнение о том, что создание сайтов, регистрация доменных имен или регистрация в социальных сетях не являются подтверждением факта получения известности, равно как и размещение на указанных ресурсах информации (Постановление СИП от 25 мая 2021 г. № С01-427/2021 по делу № А55-6529/2020; Решение СИП от 22 мая 2019 г. по делу № СИП-858/2018).

Предлагаемые нами ограничения в части использования геотегов в сети «Интернет» в совокупности с предлагаемой процедурой установления степени известности коммерческого обозначения, указанной в параграфе 1.3 настоящего

исследования, позволят сформировать корректную правоприменительную практику, сократить спорные ситуации, а также послужат одной из основ процедуры регистрации данного средства индивидуализации в Цифровом реестре коммерческих обозначений, подробнее о регистрации обозначения и указанный реестр рассматриваются в параграфе 3.3 настоящего исследования.

Риски и особенности использования, охраны и защиты коммерческого обозначения в рамках агрегаторов электронной торговли

В настоящее время электронная торговля активно развивается в мировом масштабе и ее правовое регулирование, по мнению В.К. Шайдуллиной, необходимо развивать не только в пределах одного государства [298, с.115]. Вместе с тем в российском законодательстве не содержатся дополнительные нормы по регулированию гражданских правоотношений, возникающих в результате использования агрегаторов электронной торговли. В Законе РФ № 2300-1 [31] закреплено понятие агрегатора электронной торговли, которое является достаточно противоречивым, так как в нем агрегатор характеризуется либо как программа для ЭВМ, либо как сайт или его страница в сети «Интернет», при этом сайт или его страница могут являться программой для ЭВМ, а возможно и нет, что противоречит пунктам 13, 14 статьи 2 Федерального закона № 149-ФЗ [28], и также статье 1261 ГК РФ [9], согласно которым сайт всегда является совокупностью программ для ЭВМ. Кроме того, данной позиции придерживаются и суды (Постановление АС Восточно-Сибирского округа от 18 ноября 2015 г. № Ф02-5049/2015).

Агрегатор электронной торговли является программой для ЭВМ и с помощью сайта в сети «Интернет» позволяет размещать предложения о заключении договора по любому предмету, неограниченному кругу лиц, которые могут ознакомиться с подобными предложениями и дистанционно заключить договор, оплата производится путем безналичного расчета [31].

В рамках темы настоящего исследования выделены следующие риски для правообладателей коммерческого обозначения, которые возникают вследствие

законодательных пробелов в регулировании отношений, возникающих между субъектами предпринимательской деятельности и контрагентами при использовании агрегаторов электронной торговли.

Как правило, агрегаторы электронной торговли предоставляют бесплатную информационную площадку в сети «Интернет» для поиска информации о продавцах, товарах, различных предложениях работ и услуг. Как отмечает Л.В. Кузнецова, самоцелью является не оказание такими агрегаторами информационных услуг, а именно предоставление ресурса для совершения сделок [211]. Указанные агрегаторы не проверяют предоставленную персональную информацию пользователей (является она достоверной или вымышленной), за исключением отдельных случаев, не определяют, является ли лицо, внесшее информацию, правоспособным. В данном случае агрегаторы полагаются на пользователей, что они предоставляют достоверную и достаточную информацию, самостоятельно и своевременно обновляя ее.

При этом пользователь дает согласие, что размещенные на информационной площадке материалы могут быть использованы агрегатором в рекламных или маркетинговых целях. За достоверность внесенных сведений несет ответственность пользователь, материалы не подлежат корректировке агрегатором, соответственно предложения о товарах, работах и услугах могут содержать любую информацию, в том числе ту, которая нарушает законные права и интересы правообладателей средств индивидуализации (включая коммерческое обозначение).

Привлечь к ответственности лиц, которые воспользовались агрегатором электронной торговли неправомерным образом, достаточно сложно, так как информацию на странице пользователя агрегатора электронной торговли возможно удалить или оперативно изменить в любой момент. М.А. Кольздорф отмечает обозначенные риски и подробно рассматривает в своей работе проблемы фиксации подобных нарушений, доказывания их в суде [204]. В.Б. Наумов предлагает разработать систему регулирования отношений и обеспечить однозначную идентификацию субъектов [230, с.152].

Оговорки об исключительной ответственности пользователей содержатся во многих правилах использования информационных площадок, в том числе в Правилах использования сервиса «Яндекс. Маркет» [340]. Таким образом, агрегаторы электронных площадок снимают с себя ответственность в случае противоправных действий отдельных пользователей. Ввиду нередких случаев использования подложных аккаунтов пользователей, их взлома, размещение заведомо недостоверной или ложной информации привлечь к ответственности таких продавцов и покупателей достаточно сложно.

Вместе с тем, если агрегатор электронной торговли будет являться самостоятельным администратором сайта, то и к соответствующей ответственности будет привлечен именно он, как показывает пример из судебной практики в отношении незаконного использования объекта авторского права и промышленной собственности «Свинка Пеппа» (Постановление СИП от 26 мая 2020 г. № С01-131/2020 по делу № А40-133459/2019).

Согласно пункту 3 статьи 1253.1 ГК РФ [9] информационный посредник (в данном случае агрегатор электронной торговли) за нарушение исключительных прав не может нести ответственность, в связи с размещением пользователем информации на информационной площадке агрегатора в сети «Интернет»; такая ответственность возлагается на пользователя, если:

- агрегатор не обладал сведениями о недобросовестном размещении пользователем объекта интеллектуальных прав (в нашем случае, чужое коммерческое обозначение) и соответственно не мог получить подобные сведения;
- агрегатор, при получении заявления правообладателя с указанием соответствующих реквизитов неправомерно размещенных материалов на его информационной площадке в сети «Интернет», своевременно и в достаточном объеме предпринял меры для прекращения нарушения интеллектуальных прав недобросовестным пользователем.

Д.В. Лоренц указывает, что в российском законодательстве не определены критерии, какие субъекты могут быть отнесены к информационным посредникам, что способствует развитию правонарушений в сети «Интернет» [218]. Однако

И.М. Рассолов считает, что посредники являются новыми субъектами в гражданских правоотношениях и их допустимо подразделить на традиционных и торговых информационных посредников [244, с.78], ко вторым будут относиться агрегаторы электронной торговли.

Вероятность того, что правообладатель коммерческого обозначения узнает о нарушении своих прав при совершении розничных сделок на информационной площадке агрегатора электронной торговли, является невысокой. Соответственно при наступлении неблагоприятных последствий для рядового пользователя-покупателя, контрагента привлечь к ответственности пользователя – продавца, исполнителя, подрядчика возможно только в случае достоверного размещения последним информации ввиду того, что на данный момент существует проблема отсутствия достоверной идентификации субъектов в сети «Интернет», на которую обращает внимание В.Б. Наумов [230].

При использовании информационных площадок агрегаторов электронной торговли имеются следующие риски для правообладателей коммерческого обозначения:

1) Недобросовестная конкуренция в части создания позитивной или негативной репутации для определенного предприятия, субъекта предпринимательской деятельности и соответствующие злоупотребления правами в данном направлении.

2) Создание ложного впечатления о продающемся товаре, оказываемой услуге, выполняемой работе с использованием известного коммерческого обозначения сторонними лицами, при этом поставляемый товар, выполняемые работы, оказываемые услуги не всегда являются надлежащего качества, функционала и пр.

Как отмечает М.В. Некотенева, методы и средства, используемые агрегаторами электронной торговли, зачастую ограничивают возможность потребителя принять взвешенное решение [231], чем пользуются недобросовестные участники гражданского оборота.

Так, обществом «Дом Арганы» было обнаружено нарушение прав на средства индивидуализации, принадлежащие обществу, обществом «Солидэре сервис сарс» в результате размещения на площадке агрегатора электронной торговли «Яндекс. Маркет» предложения о продаже товаров с использованием чужих средств индивидуализации. Обществом «Дом Арганы» была проведена закупка товара и выявлено, что общество – нарушитель использует фирменную продукцию, средства индивидуализации, упаковку и прочее. Распознать нарушителя удалось благодаря бесконтактной оплате товара, на чеке об оплате было указано стороннее лицо (Постановление СИП от 8 июня 2016 г. № С01-1294/2014 по делу № А40-20937).

3) Введение потребителей, контрагентов в заблуждение иными способами, например, в результате размещения недостоверной информации без разрешения правообладателя средства индивидуализации.

4) Отсутствие единой практики привлечения к ответственности лиц, которые нарушили права на коммерческие обозначения, отсутствие оперативных инструментов для привлечения ответственности, ввиду наличия легальных способов оперативного удаления и (или) изменения размещенной информации недобросовестным пользователем на площадке агрегатора электронной торговли.

Для целей решения проблем, связанных с агрегаторами электронной торговли В.К. Шайдуллина считает необходимым разработать правила электронной торговли, в которых бы определялись участники данного процесса, их права и обязанности, требования к возникающим правоотношениям, гарантии и иные существенные параметры [297, с.369], а также отмечает перспективы саморегулирования электронной торговли в Российской Федерации [299, с.122]. В подобных правилах необходимо также отразить положения о средствах индивидуализации (коммерческом обозначении, в частности), иных объектах интеллектуальных прав, каким образом будет осуществляться охрана и защита исключительных прав на них. В качестве вспомогательной составляющей для развития саморегулирования возникающих правоотношений в результате использования агрегаторов электронной торговли и размещения на них

коммерческих обозначений будет являться Цифровой реестр коммерческих обозначений.

Риски для правообладателей коммерческого обозначения при внедрении в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» искусственного интеллекта (нейронных сетей).

На данный момент правовое регулирование искусственного интеллекта в Российской Федерации только начинает свое развитие. Отсутствует понимание, в каком качестве его следует воспринимать: как субъект или объект гражданских правоотношений. Данным вопросом задаются также зарубежные ученые, например, Д. Брайсон [348], Л. Флориди, Д. Коулс, М. Бельтраметти, Р. Чатила, П. Чазеран, В. Дигнум, К. Люэдж, Р. Мадлен, У. Пагалло, Ф. Росси, Б. Шафер, П. Валке, Э. Вайена [355], которые также отмечают важность ответственности со стороны человека, а не искусственного интеллекта.

В научных исследованиях представлены различные варианты понятий искусственного интеллекта. Например, Е.В. Холодная предлагает учитывать искусственный интеллект как объект права. И говорит о том, что технология является программой для ЭВМ или системой таких программ, направленных на имитацию деятельности человека [291, с.90].

Поддерживается мнение Е.В. Холодной [291, с.90], а также М.Г. Щербакова [304, с.78], который справедливо отмечает, что если искусственный интеллект будет признан субъектом права, то устоявшаяся правовая концепция будет утеряна, действующие нормы права регулируют отношения исключительно между субъектами людьми.

П.М. Морхат считает, что искусственный интеллект — это преимущественно самоорганизующаяся компьютерная сущность, с помощью математических и информационно-технических средств наделенная возможностями и способностями [226, с.328].

М. Хумерик характеризует искусственный интеллект как систему, которая может научиться учиться и, основываясь на систематическом сборе данных, решать проблемы внутри изменяющейся среды [353].

Под искусственным интеллектом следует понимать совокупность данных и команд, составляющих программу для электронно-вычислительной машины, имеющая задачу дальнейшего самостоятельного развития, выполнения функций и действий в цифровой среде, приближенных к человеческим.

Нейронные сети являются наиболее распространенной формой искусственного интеллекта, сформированные в виде математической модели и внедренные в сети «Интернет» имеют сходство с биологическими нейронными сетями, соответственно используются по их образцу, моделируя природный интеллект по заложенным компьютерным алгоритмам.

Имеется ряд проявлений искусственных нейронных сетей (искусственного интеллекта), которые отмечаются, в том числе в исследовании Марко Баренкампа, Йонаса Ребштадта, Оливера Томаса [347], такие сети порождают определенные риски для средств индивидуализации (в том числе коммерческого обозначения) в сети «Интернет»:

- способность указанных сетей распознавать образы – на основе размещенных ранее образов коммерческого обозначения по заложенным алгоритмам искусственные нейронные сети могут моделировать схожие обозначения, изменять уже размещенные обозначения и иные средства индивидуализации. Искусственный интеллект способен создавать реалистичную подложную информацию, в том числе видео, изображения и аудиозаписи;

- так как особенностью искусственного интеллекта является самообучение, то подобную программу можно научить принимать решения и предоставить ей возможность управления определенными процессами, в том числе противоправными, и она самостоятельно продолжит совершенствоваться в данном направлении; к чему это может привести, предугадать невозможно. Искусственный интеллект уже сейчас способен создавать «цифровых двойников» реальных предприятий, и совершать от их имени в сети «Интернет», с указанием известного

коммерческого обозначения, простые сделки, не требующие личного присутствия человека. Следует согласиться с И.А. Черешневой, что такая цифровая модель, объединяющая в себе и искусственный интеллект, и компьютерное обучение, и специальное программное обеспечение, постоянно обновляется вслед за физическим объектом [294], и соответственно способна нанести непоправимый ущерб реальным субъектам предпринимательской деятельности.

Особую опасность «цифровых двойников»: сложный программный продукт создается на основании разнообразных данных и технологий и объединяет в себе искусственный интеллект, компьютерное обучение и программное обеспечение со специальными данными для создания живых цифровых моделей. Последняя при этом постоянно обновляется за изменениями физических прототипов. Т. Дамен, П. Трамперт, Ф. Бафурбель, Я. Шпренгер, М. Клуш, К. Фишер, К. Кюбель, Ф. Слусаллек [350] отмечают в своем исследовании распространенность подобного модельного подхода к формированию цифровой реальности.

Весомый риск несет возможность сжатия данных и использование ассоциативной памяти нейронными сетями, программа способна сопоставлять запросы пользователей сети «Интернет» и использовать их в отрицательном аспекте, например, перестать выдавать запросы при поиске конкретного предприятия по его коммерческому обозначению, соответственно предприятия фактически будет исключено из цифровой среды. На данный момент существуют прецеденты, когда поисковые браузеры выдают при поиске по наименованию юридического лица или коммерческому обозначению в качестве приоритетного (верхние в списке) данные о сайтах, которые не имеют отношения к искомому наименованию или обозначению. Так произошло и с ООО «Тулагоргаз»: при поиске по части фирменного наименования, равного коммерческому обозначению в браузере в качестве заголовка к сайту ООО «Газтехмонтаж» отображалось коммерческое обозначение «Тулагоргаз» [82]. А также с ООО «Синтазим – Урал» в части использования его обозначения «синтазим», при поиске в Google пользователям выводилось ссылка на стороннюю организацию (Постановление СИП от 28 июля 2021 г. по делу № А11-7167/2019). Схожие ситуации имеют место

быть не только в Российской Федерации, но и за рубежом, например, в Австралии при поиске в Google пользователям демонстрировались ссылки на сайты STA Travel, Carsales, Trading Post и Ausdog, когда они искали кого-либо из конкурентов, это происходило с целью привлечения новых клиентов [92], во Франции в части использования известного товарного знака Louis Vuitton в качестве ключевых слов для поиска в сети «Интернет» [93].

Одним из рисков внедрения искусственного интеллекта в сети «Интернет» выступает его способность влиять на общественное мнение, на это обращает внимание Малик Галлаб [351]. Brent Mittelstadt отмечает, что несмотря на все провозглашаемые правила этики и конфиденциальности, они практически не соблюдаются, когда вопрос касается крупных промышленных или иных организаций [361]. Например, в случае использования таргетированной рекламы и возможности «подслушивания» мобильных устройств, с учетом запросов пользователей в сети «Интернет», пользователям выводится персонализированная реклама. Данная реклама охватывает множество информационных ресурсов, имеет навязчивый характер. Недобросовестные участники гражданского оборота, используя указанные возможности, оказывают влияние на общественное мнение, стимулируют интерес в отношении определенных категорий товаров, работ, услуг, способны повысить или понизить репутацию предприятий, предпринимателей.

Риски, связанные с правами потребителей оспариванием действий искусственного интеллекта и его влиянием на принятие решений и действия пользователей в сети «Интернет», отмечаются, в документе, разработанном Европейской комиссией, в так называемой «Белой бумаге» [76].

Субъекты предпринимательской деятельности часто при размещении рекламы в сети «Интернет» используют известные коммерческие обозначения, товарные знаки и фирменные наименования в качестве ключевых слов, помещая их в шаблоны контекстной рекламы, html-коды, мета-теги (Решение СИП от 5 февраля 2019 г. по делу № СИП-134/2018). Не всегда недобросовестное использование чужих средств индивидуализации указанным способом происходит умышленно. Так Клиника «Высокие технологии микрохирургии глаза» в рамках

судебного разбирательства доказала, что обозначение «Офтальма», в рекламную кампанию (обеспечение выборки интернет-сайтов, по ключевым словам, по запросу пользователя информационного сервиса) было включено искусственным интеллектом рекламного сервиса (Решение АС Ставропольского края от 28 мая 2018 г. № А63-1305/2018) по собственной инициативе. Правообладатель к рекламному сервису в сети «Интернет» не обращался. Однако суд отметил, что рекламный сервис определил слово «Офтальма» самостоятельно в качестве релевантной фразы, умысла в нарушении прав на соответствующее средство индивидуализации не имелось. Схожей позиции суды придерживаются и в других случаях (Постановление СИП от 3 июня 2014 г. № С01-423/2014 по делу № А51-11605/2013; Постановление СИП от 15 декабря 2014 г. № С01-1177/2014 по делу № А17-7691/2013) о том, что введение ключевого слова в поисковую строку информационной системы в сети «Интернет» не является по своей сущности индивидуализацией.

Подобная проблема имеет место быть и в Соединенных Штатах Америки, Дэвид Франклин и Дэвид Хайман [356] в своем исследовании отмечают, что суды часто выносят решения о том, что использование средств индивидуализации (товарных знаков, в частности) в качестве ключевого слова в сети «Интернет» сторонними лицами не является нарушением. Аналогичной позиции придерживается и Федеральная антимонопольная службы (Письмо ФАС от 21 октября 2019 г. № АК/91352/19 «Об использовании средств индивидуализации в качестве ключевых слов»). Вместе с тем у потребителей формируется устойчивое восприятие обозначений и возникает смешение различных средств индивидуализации (в части ассоциативного восприятия клиентами: Решение СИП от 15 ноября 2018 г. по делу № СИП-317/2017).

Инициативные действия искусственного интеллекта порождают спорные ситуации и вводят в заблуждение потребителей и контрагентов при поиске добросовестного правообладателя коммерческого обозначения в сети «Интернет». В отечественном законодательстве на данный момент отсутствуют специальные нормы, которые бы позволяли однозначно ответить на вопрос, допускается

ли использование средств индивидуализации в качестве ключевых слов искусственным интеллектом в сети «Интернет», каковы границы подобного использования, кто будет нести ответственность за нарушение законных прав правообладателя коммерческого обозначения, товарного знака или фирменного наименования искусственным интеллектом.

Говоря о специфической особенности искусственного интеллекта (самостоятельное обучение, развитие), не следует упускать из виду, что даже Facebook вынужден был прекратить эксперимент по внедрению в свою социальную сеть искусственного интеллекта чат – ботов. Первоначально они создавались для общения с людьми, но запрос на них был не столь высок, при отсутствии каких-либо ограничений в алгоритме чат-боты продолжили «общаться» в рамках социальной сети между собой. Чат-боты переписывались на английском языке, затем «изобрели» свой собственный язык, не понятный даже программистам, создателям данного функционала. По итогам произвольного развития чат-ботов пришлось прекратить данный эксперимент [324].

Несмотря на позитивные возможности искусственного интеллекта в сети «Интернет», сохраняются отрицательные стороны его повсеместного внедрения, такие как бесконтрольное развитие после введения программы в промышленную эксплуатацию, использование программы в противоправных целях, так как любая из подобных программ не застрахована от хакерских атак. О схожих рисках говорят в своем исследовании Анна Джобин, Марчелло Иенка, Эффи Вайена [354].

В зону риска в сети «Интернет» в первую очередь попадают ресурсы, на которых хранятся персональные данные пользователей и объекты интеллектуальной собственности, средства индивидуализации, в числе которых коммерческое обозначение.

Назрела потребность правового регулирования внедрения и использования искусственного интеллекта в сети «Интернет». Необходимо закрепить на законодательном уровне порядок пресечения противоправных действий, мер ответственности. Как отмечает Е.Е. Кирсанова, не исследован в полном объеме вопрос, кто является правообладателем производной информации и данных,

которые получены в результате развития (обучения) искусственного интеллекта, допускается ли применение действующих способов защиты таких объектов [99, с.184-185]. Е.А. Войниканис, Е.В. Семенова, Г.С. Тюляев выделяют аналогичную проблему [164, с.143-144]. В свою очередь Ю.С. Харитоновна указывает на то, что результаты деятельности искусственного интеллекта в настоящее время не являются объектами исключительных прав, однако на такие результаты могут устанавливаться субъективные права ввиду их ценности и применимости в гражданском обороте [109]. Данный вопрос требует отдельного детального исследования, так как отсутствует определенность о субъекте-правообладателе подобных результатов и следственно не представляется возможным однозначно определить, какие права возникают на новый объект.

Основной проблемой является факт, что не все программы для электронно-вычислительных машин в установленном порядке регистрируют в Роспатенте, а также в аналогичных ведомствах в иных государствах. Соответственно при отсутствии регистрации программы и преследовании программистом противоправных целей привлечь его к ответственности практически невозможно. Следует задуматься о введении обязательного порядка регистрации программ для электронно-вычислительных машин.

Как отмечают Коринн Кэт, Сандра Вахтер, Brent Миттельштадт, Мариаросария Таддео, Лучано Флориди [349], регулирование правовых отношений, связанных с искусственным интеллектом, должно осуществляться правительством с учетом инновационного развития государства, но не должно быть к данному вопросу легкомысленного отношения, нормативная база должна развиваться поступательно, параллельно возникающим на повестке дня вопросам. На данный момент в Российской Федерации правовое регулирование искусственного интеллекта и возникающих в связи с его использованием правоотношений находится на начальном этапе.

С 1 июля 2020 г. в городе Москве реализуется эксперимент, в рамках которого планируется выработать специальное регулирование для создания, внедрения технологий искусственного интеллекта [29]. По итогам данного

эксперимента возможно будет оценить его результаты и понять перспективы установления специального правового режима на территории Российской Федерации.

Разграничение доменного имени как средства адресации сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и коммерческого обозначения как средства индивидуализации

В Федеральном законе № 149-ФЗ указано, что доменное имя — это обозначение, обеспечивающее адресацию сайтов в сети «Интернет» для последующего доступа к размещаемой информации, как определяется [28]. Таким образом, доменное имя выполняет самостоятельные функции в сети «Интернет», является отличным от коммерческого обозначения, и его нецелесообразно приравнивать к средствам индивидуализации. Схожей точки зрения придерживаются А.К. Быстров [156, с.58], М.С. Павлова и К.А. Суханов [238, с.245], Е.А. Порошин и И.А. Волынкина [243, с.85-86]. Суды придерживаются позиции, что права на коммерческое обозначение, выраженного в виде доменного имени, не могут возникнуть ввиду отсутствия имущественного комплекса (Постановление ФАС Уральского округа от 22 января 2013 г. № Ф09-11660/12 по делу № А60-15926/2012; Постановление СИП от 10 апреля 2019 г. № С01-1274/2018 по делу № А60-57142/2017).

Однако встречаются и отдельные предложения по отнесению доменных имен к средствам индивидуализации, в том числе приравниванию доменного имени к коммерческому обозначению. Например, Д.Л. Цыбанков, Н.А. Внуков, С.А. Абрамов [293], М.С. Азаров [139], Р.С. Нагорный [228, с.128], В.О. Калятин [98, с.18-19, 104] придерживаются в своих исследованиях подобной точки зрения. А. Серго [269, с.91], В.А. Звягин [187] считают, что доменное имя является средством индивидуализации информационного ресурса и должно относиться к объектам интеллектуальной собственности. Д.В. Кожемякин в своей работе рассматривает положительные и отрицательные стороны причисления доменных имен к самостоятельным средствам индивидуализации [100, с.70-81].

Является бесспорным факт, что доменное имя может включать в себя любое из существующих средств индивидуализации. Данная особенность на практике порождает множество споров (Постановление СИП от 13 сентября 2018 г. № С01-607/2018 по делу № А40-202445/2017; Постановление СИП от 16 марта 2018 г. № С01-354/2017 по делу № А40-210123/2015), когда недобросовестные участники гражданских правоотношений регистрируют либо товарные знаки, для того чтобы отсудить уже получившее известность доменное имя и получить соответствующую компенсацию несуществующих убытков, либо наоборот регистрирует доменное имя с использованием известного товарного знака или коммерческого обозначения и осуществляют оспаривание старшинства права (Определение Высшего АС Российской Федерации от 16 октября 2012 г. № ВАС-12784/12 по делу № А14-8620/2011; Определение СИП от 27 октября 2020 г. по делу № СИП-618/2019).

Как отмечает В.О. Калятин существует несколько целей у недобросовестных субъектов предпринимательской деятельности при регистрации доменных имен [98, с.106], которые и в настоящее время способны стать причиной негативных последствий для правообладателей коммерческих обозначений: принуждение к выкупу доменного имени; увеличение количества потребителей за счет чужого коммерческого обозначения или обеспечение за счет него собственной известности, причинение убытков правообладателю рассматриваемого средства индивидуализации.

Указанные цели недобросовестных участников гражданского оборота несут существенные риски для исходных правообладателей коммерческих обозначений, а именно: ограничение права регистрации доменного имени схожего с уже активно используемым коммерческим обозначением; дополнительные финансовые расходы для обеспечения большей известности коммерческого обозначения; судебные расходы; расходы на восстановление репутации; борьба с ложной информацией и ее последствиями; дополнительные мероприятия по привлечению клиентов ввиду их оттока из-за неверной информации, размещенной с помощью стороннего доменного имени.

Написание доменного имени может быть отдаленно схожим с любым существующим средством индивидуализации, этого будет достаточно для возникновения смешения между рассматриваемыми объектами. Например, Теннисный спортивный клуб ЦСКА использовал в своем доменном имени следующие буквы «CSKA», однако данный факт, по мнению суда, не влияет на восприятие потребителей (Определение ВС РФ от 4 апреля 2017 г. № 305-ЭС17-2383 по делу № А40-142034/2015).

Подобные судебные споры возникают и в отношении коммерческих обозначений. Например, общество «ДИКСИ-Юг», которое является правообладателем фирменного наименования и коммерческого обозначения, а также доменного имени «<http://dixu.ru>», пыталось в судебном порядке оспорить регистрацию доменного имени «<http://dixu-kit.ru>» [83]. Суд принял решение об отсутствии оснований в удовлетворении заявленных требований.

Есть и противоположная положительная практика. Когда суд принял сторону общества «Азбука вкуса», которому принадлежит соответствующее фирменное наименование, товарный знак и коммерческое обозначение. Так, судом было установлено, что А.Б. Резников как администратор доменного имени «azbuka-vkusa-nim.ru», нарушил исключительные права общества [80].

А. Голд отмечает, что действия, указанные в примерах выше по своей сущности, могут определяться как действия по перехвату бренда [307].

В целях минимизации споров в связи регистрацией доменных имен, а также при отсутствии регистрации коммерческих обозначений, в параграфе 3.3 настоящего исследования предлагается создание специальной цифровой платформы для регистрации коммерческих обозначений, для которой целесообразно предусмотреть обязательную интеграцию с крупнейшими регистраторами доменных имен.

Подобная интеграция позволит отслеживать наличие уже зарегистрированного коммерческого обозначения, его принадлежность определенному субъекту предпринимательской деятельности и пресекать с помощью специальных технологий регистрацию доменных имен другими

лицами, которые могут нарушить уже действующие законные права владельца коммерческого обозначения. Указанный механизм должен действовать и в обратном порядке, при попытке регистрации коммерческого обозначения схожего до степени смешения с уже зарегистрированным доменным именем, препятствовать его регистрации и последующему введению в оборот. Должно также обеспечиваться уведомление правообладателя действующего доменного имени или коммерческого обозначения. Подробно о процедуре регистрации и предлагаемых цифровых решениях по минимизации судебных споров изложено в параграфе 3.3 настоящего исследования.

2.2 Субъекты – правообладатели коммерческого обозначения и объекты, индивидуализируемые с его помощью в условиях цифровизации

Согласно Прогнозу долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации [342] планируется развитие науки, технологий и инноваций, повышение конкурентоспособности отраслей промышленности, развитие малого предпринимательства и многие другие аспекты.

Вместе с тем сложившаяся в конце 2019–2021 гг. ситуация с пандемией внесла определенные коррективы, изменилось ведение предпринимательской деятельности по многим привычным ранее отраслям.

В целях реализации мер по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции многие хозяйствующие субъекты стали осуществлять свою деятельность исключительно дистанционным способом, предприятия как имущественные комплексы, нуждающиеся в индивидуализации, отошли на второй план как физический объект.

Данный факт повлиял на использование коммерческого обозначения субъектами предпринимательской деятельности. Усилилась потребность ведения деятельности посредством сети «Интернет» и ее индивидуализации.

Заметно увеличилось влияние информационных технологий на ведение предпринимательской деятельности, как указывает в своем исследовании АКИТ объем Интернет-торговли в России по сравнению с прошлогодним периодом за первые два месяца 2021 года вырос на 44%, что составило 431 миллиард рублей [346], данный факт свидетельствует о востребованности направления.

Учитывая изложенное, а также на основании исследований отечественных ученых, судебной практики (например, Постановление СИП от 22 августа 2014 г. № С01-803/2014 по делу № А40-77233/2013, Постановление АС Московского округа от 8 октября 2015 г. № Ф05-11045/2015 по делу № А41-821/15), актуальной практики ведения предпринимательской деятельности предопределена необходимость совершенствования законодательного регулирования прав на коммерческое обозначение и порядка его использования в гражданском обороте.

Исходя из указанного в параграфе 1.2 данного исследования понятия коммерческого обозначения, предлагается расширение круга субъектов-правообладателей данного средства индивидуализации, а также расширение перечня объектов, для которого оно используется.

В качестве субъектов-правообладателей коммерческого обозначения выделяем:

- юридические лица (включая некоммерческие организации, которые осуществляют приносящую доход деятельность);
- ИП;
- физические лица, которые осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП (пункт 6 статьи 2 Федерального закона № 422-ФЗ [14], пункт 1 статьи 23 ГК РФ [6]);
- объединения юридических лиц и (или) ИП (в том числе банковские группы и банковские холдинги).

Рассмотрение использования коммерческого обозначения субъектами предпринимательской деятельности предлагается с учетом следующих групп:

- субъекты, ведущие свою предпринимательскую деятельность на базе предприятий (имущественных комплексов);

- субъекты, осуществляющие предпринимательскую деятельность без имущественного комплекса;

- некоммерческие организации [268, с.86].

К субъектам первой группы относятся, как правило, торговые сети [23], научно-производственные предприятия, субъекты малого и среднего предпринимательства, микропредприятия. Данная категория самая распространенная и коммерческое обозначение успешно используется для индивидуализации торговых сетей (Постановление ФАС Центрального округа от 20 мая 2014 г. по делу № А36-4330/2013; Определение Нижегородского областного суда от 15 ноября 2011 г. по делу № 33-11503/2011; Постановление Девятнадцатого ААС от 5 февраля 2014 г. по делу № А36-4330/2013; Постановление Президиума ВАС РФ от 20 сентября 2011 г. № 2549/11 по делу № А65-4166/2010-СА3-36).

Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без использования имущественных комплексов, как правило, это организации в сфере ИТ-услуг, ИП и граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП посредством сети «Интернет».

Некоммерческие организации - это отдельная группа, те организации, которые осуществляют приносящую доход деятельность, не являющуюся основной их целью: социально-ориентированные некоммерческие организации, унитарные предприятия (ГУП, МУП), автономные некоммерческие организации и другие [84, пп.147, 177].

В части индивидуализации деятельности указанных субъектов А.С. Рябчикова отмечает отсутствие системного подхода и предлагает разграничить средства индивидуализации [131, с.8].

Необходимость использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации некоммерческими организациями подтверждается судебной практикой (Решение СИП от 22 марта 2021 г. по делу № СИП-1014/2020):

- НОУ СОШ «Московский лицей «Ступени» и ЧОУ «Частная общеобразовательная школа «Ступени» для индивидуализации своих организаций

и их деятельности использовали схожее коммерческое обозначение (Постановление Девятого ААС от 28 ноября 2013 г. № 09АП-37867/2013 по делу № А40-64429/13);

- суды отмечают, что коммерческое обозначение не может быть тождественно наименованию некоммерческой организации (Определение ВАС РФ от 26 сентября 2012 г. № ВАС-9727/12 «Об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ»);

- судами отказано в применении права по аналогии в отношении используемого коммерческого обозначения автономной некоммерческой организацией «Сибирский третейский суд» (Определение ВАС РФ от 3 июля 2012 г. № ВАС-8176/12 «Об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ»).

Следует обратить внимание, что ИП используют для индивидуализации осуществляемой ими деятельности коммерческое обозначение. При регистрации ИП в ЕГРИП [341] вносятся исключительно сведения о фамилии, имени, отчестве предпринимателя (далее – ФИО). После размещения перед ФИО сокращения ИП и указания на вывеске, товарных накладных и иных документах, у контрагентов и потребителей появляется возможность идентификации субъекта предпринимательской деятельности и отличия его от иных субъектов.

Данная возможность предоставляется любым физическим лицам, изъявившим желание осуществлять предпринимательскую деятельность на законных основаниях, и следует из прямого указания статьи 23 ГК РФ [6].

Ведение предпринимательской деятельности лишь при использовании собственного имени ИП, только начинающими свою деятельность, будет недостаточно эффективной для привлечения внимания потребителей. А использование псевдонима для осуществления деятельности будет эффективным и коммерчески выгодным при наличии первоначальной деятельности с использованием псевдонима в качестве исполнителя произведений или автора произведений, и осуществления затем предпринимательской деятельности на основании имени, получившего известность. Кроме того, Ю.С. Харитоновой

справедливо отмечено, что псевдоним в рамках действующего законодательства слабо защищен и это является проблемой для его введения в оборот [288, с.41-42].

Поддерживается точка зрения Е.Ю. Горской [171], что в иных не перечисленных случаях, ИП для привлечения внимания к собственной деятельности целесообразно использовать коммерческое обозначение. С.В. Лукашевич, например, предлагает предоставить ИП право использовать некое уникальное наименование, указывать его в свидетельстве о регистрации и соответственно использовать как коммерческое обозначение [124, с.16]. Использование коммерческого обозначения ИП предусмотрена законом. Поэтому указанное предложение только усложнит процесс закрепления прав.

Учитывая, что в отличие от товарного знака коммерческое обозначение не подлежит регистрации, затраты на его введение в гражданский оборот намного ниже, чем, например, проверка желаемого к регистрации товарного знака с помощью патентных организаций и оплата соответствующей государственной пошлины при регистрации, также не требуется длительное ожидание, пока обозначение регистрируется. Благодаря тому, что коммерческое обозначение обладает рядом указанных нами преимуществ по сравнению с товарным знаком, оно является наиболее популярным среди индивидуальных предпринимателей.

Кроме того, при использовании коммерческого обозначения мы можем говорить о приобретении деловой репутации именно субъектом или объектом предпринимательской деятельности. При использовании исключительно собственного имени для индивидуализации предпринимательской деятельности или предприятия есть риск, что имя собственное не будет обладать различительной способностью, отличаться от других имен собственных, а также предприниматель не сможет получить должную известность на определенной территории. Как отмечает Ю.А. Омарова, имена собственные относятся к традиционным средствам индивидуализации именно гражданина [236, с.77].

Как показывает судебная практика, объединения юридических лиц и (или) ИП используют коммерческое обозначение в целях индивидуализации совместной деятельности (Постановление СИП от 20 июля 2020 г. № С01-795/2020 по делу

№ А82-13320/2019). Так, физическое лицо и Общество «Лига спорта» заключили договор бизнес-партнерства, по нему переданы исключительные права, в том числе на коммерческое обозначение, в целях организации неограниченного количества предприятий на определенной территории – в городе Колпино (Постановление СИП от 17 мая 2019 г. № С01-300/2019 по делу № А56-57032/2018).

Данная практика вполне обоснована, гражданское законодательство соответственно должно отвечать на потребности практического использования коммерческого обозначения.

Вместе с тем, имеется практика, когда субъекты предпринимательской деятельности считают, что коммерческое обозначение не может принадлежать нескольким правообладателям одновременно (Постановление СИП от 18 декабря 2020 г. по делу № А03-21185/2019).

Говоря об объединениях юридических лиц, необходимо отметить не только формально организующиеся объединения на договорной основе, например, простое товарищество (Постановление СИП от 11 июня 2020 г. по делу № А33-2334/2018), но и банковские группы, и банковские холдинги.

На основании статьи 4 Федерального закона № 395-1 [22] в гражданском обороте могут принимать участие банковские группы и банковские холдинги. Так, под банковской группой признается подконтрольное одной кредитной организации объединение юридических лиц [22]. А банковским холдингом считается подконтрольное или находящееся под влиянием головной организации объединение юридических лиц, которое также может входить в банковские группы (при этом доля банковской деятельности должна составлять не менее 40 %) [22].

Существование банковских холдингов, закрепленное в указанном законе, практически единственное нормативное положение, отражающее современную возможность наличия и действия холдингов, так как в Российской Федерации преимущественно принята модель иного договорного взаимодействия и наличия дочерних хозяйственных обществ, филиалов и представительств. Основное правовое регулирование холдингов в нашей стране замерло в начале 1990-х годов и не получило дальнейшего развития за исключением банковской сферы. Указом

президента введено положение о холдинговых компаниях, которые создаются при преобразовании в акционерные общества государственных предприятий [5], а также другие указы и распоряжения лесной промышленности.

При создании банковской группы или банковского холдинга головной организации надлежит уведомлять Банк России, в уведомлении указывается лишь полное фирменное наименование (при наличии и сокращенное) головной организации и иные сведения в соответствии с Указанием Банка России [47].

Возможно для индивидуализации банковских групп и банковских холдингов, а также их финансовой деятельности в целом, использование коммерческого обозначения. Например, группа ВТБ является российской финансовой группой и объединяет более 20 кредитных организаций, работающих во всех основных сегментах финансового рынка. Соответственно группа осуществляет свою деятельность под единым обозначением, имеется основание предполагать, что такое обозначение будет являться именно коммерческим.

Согласно пункту 1 статьи 23 ГК РФ [6] физическим лицам предоставляется право осуществления предпринимательской деятельности без регистрации в качестве ИП. Однако в настоящее время указанные граждане не могут быть правообладателями коммерческого обозначения согласно статье 1538 ГК РФ [9], суды данное правило строго соблюдают (Решение СИП от 27 ноября 2018 г. № СИП-122/2018).

Параллельно с введением указанной нормы ГК РФ об осуществлении предпринимательской деятельности без регистрации в качестве ИП в абз. 8 подпункта б пункта 13 Указа Президента РФ № 204 (о национальных и стратегических целях) [4] была поставлена задача обеспечения благоприятных условий для ведения самозанятыми гражданами соответствующей деятельности.

Для реализации поставленной задачи проводится эксперимент в налоговой сфере – введение специального налогового режима. Первоначально реализация эксперимента осуществлялась только в Москве, Московской и Калужской областях, Республике Татарстан. С 1 июля 2020 года эксперимент распространен на все регионы Российской Федерации. По замыслу законодателя специальным

режимом могут воспользоваться как самозанятые граждане, так и ИП. При этом физические лица при изъявлении желания использовать подобный режим указывают территорию, на которой ведется предпринимательская деятельность, что представляет интерес для данного исследования – предоставление охраны используемому такими лицами коммерческому обозначению по территориальному признаку.

Вместе с тем, в силу слабого регулирования вопроса, в практической деятельности и в науке возникло недопонимание (например, на данную проблему указывает Г. Ф. Ручкина [257]): тождественны или различны понятия «самозанятый гражданин» [4] и «гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность без государственной регистрации в качестве ИП» [6]. Как отмечают Е. Орлова [237, с.28-29], Е.Ю. Цуканова, Е.А. Придатко [292, с.198], проблема определения, кто может являться самозанятым гражданином, возникла в результате отсутствия правового регулирования вопроса, так как за исключением указанных нами выше норм, статус лиц не определен должным образом. Так, А.В. Бурлак предлагает установить четкий перечень субъектов «самозанятых граждан» [155, с.177].

При первичном возникновении понятия «самозанятый гражданин» в Определении Конституционного суда РФ от 29 мая 2014 г. № 1116-О [78], пункте 3.8 ГОСТ 12.0.004-2015 [54], письме Федеральной нотариальной палаты [335], Минтруда России [336], Федеральной налоговой службы [337] было сформировано понимание, что самозанятыми гражданами считаются ИП, нотариусы, адвокаты и иные лица, занимающиеся частной практикой, лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность на договорной основе (без статуса ИП или иного статуса).

И поэтому в своем исследовании М.А. Верхолетов предлагал коммерческое обозначение использовать для индивидуализации деятельности нотариусов, адвокатов, патентных поверенных [161, с.64], не являющихся ИП. По нашему мнению, указанные субъекты имеют особый статус, установленный Законом об адвокатской деятельности [24], Законом о патентных поверенных [25], актом

о нотариате [30], и в силу своих должностных обязанностей логично вести деятельность с использованием имени собственного, приобретая личную репутацию как компетентного специалиста.

Затем в Распоряжении Правительства РФ № 1083-р [35], Письме ФНС России [338] появились положения, характеризующие термин «самозанятый гражданин» как лицо, которое осуществляет предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП.

Правовое регулирование деятельности граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, находится в стадии развития; возникает много вопросов, касающихся их статуса и прав на соответствующие средства индивидуализации (в частности, коммерческое обозначение). Проблемы статуса самозанятого гражданина и гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, тождества и различия понятий исследовались, например, Е.А. Гунаевым, Н.В. Цуглаевой, С.С. Аштаевой [173]; Ф.Ф. Шпангелем, А.Ю. Ермаковым [303]; А.Е. Гавриным, В.А. Очаковским [168]; О.И. Улановой [285]; А.А. Надькиной, Ф.К. Туктаровой [229]; Е.С. Крюковой, В.Д. Рузановой [210]; Г.Ф. Ручкиной [257]. Вместе с тем практически отсутствуют исследования, посвященные правоотношениям, возникающим с участием указанных граждан в сфере интеллектуальных прав.

Понятие «самозанятый гражданин» свойственно налоговому праву, поскольку оно возникло в целях правоприменения налогового режима для граждан, которые ведут предпринимательскую деятельность без статуса ИП. Понятие «гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП» берет свое начало в ГК РФ, и имеет более широкое понимание. Поэтому было бы целесообразно включить подобных граждан в перечень правообладателей коммерческого обозначения.

Актуальность распространения возможности использования коммерческого обозначения гражданами, которые осуществляют предпринимательскую

деятельность без регистрации в качестве ИП для индивидуализации предприятий, предпринимательской деятельности обусловлена следующими аспектами:

а) На основании пункта 5 статьи 4 Федерального закона № 135-ФЗ [20] лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, попадают под понятие «хозяйствующего субъекта», участвуют в правоотношениях, возникающих в рамках указанного закона. Учитывая, что глава 2.1 выше указанного закона [20] предусматривает запрет на недобросовестную конкуренцию с использованием коммерческого обозначения подобные лица могут совершать незаконные действия с данным средством индивидуализации (а для признания таких действий недобросовестной конкуренцией, действия должны совершаться хозяйствующим субъектом-конкурентом, на что указывает, например, СИП (Постановление СИП от 13 декабря 2019 г. № С01-1307/2019 по делу № А32-11112/2019). Но действия граждан, которые осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, в данном случае не признаются актом недобросовестной конкуренции ввиду ограничений, установленных статьей 1538 ГК РФ [9] о лицах, которые могут являться правообладателями коммерческого обозначения. Подобная неточность, на наш взгляд, является упущением.

б) Особый интерес для настоящего исследования представляет Распоряжение Правительства РФ № 2027-р [36]. В рамках реализации пункта 4 утвержденной дорожной карты планируется внесение изменений в ГК РФ о предоставлении возможности регистрации товарных знаков гражданами, в том числе самозанятыми.

Указанная формулировка снова дает двойное понимание, что свидетельствует о необходимости совершенствования правового регулирования вопросов, связанных с указанными субъектами.

В части предоставления лицам, которые осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП возможности регистрации товарных знаков, отметим, что товарный знак является достаточно дорогостоящим средством индивидуализации для лиц, осуществляющих

предпринимательскую деятельность, и целесообразно обеспечить закрепление в качестве субъектов-правообладателей коммерческого обозначения при внесении изменений в ГК РФ – граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП. Рассматриваемое средство индивидуализации отвечает потребности указанных субъектов и имеет ряд неоспоримых преимуществ перед товарным знаком, что подробно рассмотрено в параграфе 1.3 настоящего исследования.

В качестве объектов, индивидуализируемых с помощью коммерческого обозначения, считаем необходимым указать:

- предприятия (статья 132 ГК РФ [6]);
- предпринимательскую деятельность.

Индивидуализация предприятия с помощью рассматриваемого обозначения – это классическое воплощение прямого указания закона (Постановление СИП от 22 августа 2014 г. № С01-803/2014 по делу № А40-77233/2013) несмотря на то, что неоднократно обращалось внимание на неоднозначность и спорность распространения законодательных норм исключительно на предприятия, например, П.П. Баттаховым [146, с.22]. Статья 132 ГК РФ [6] в рамках современных реалий, практической деятельности субъектов предпринимательства и судебных споров требует модернизации (Постановление ФАС Московского округа от 7 апреля 2010 г. № КГ-А40/2806-10 по делу № А40-9083/09-26-92) и на данный момент остается отголоском советского периода, где исключалось ведение коммерческой деятельности. Является более правильным рассмотрение предприятия в качестве объекта.

Имеется и противоположное мнение: З.Р. Ожева считает, что предприятие целесообразно определять как субъект гражданских правоотношений, соответственно оно становится равнозначным юридическому лицу [126, с.18].

Предприятием признается имущественный комплекс, с использованием которого осуществляется предпринимательская деятельность, оно может быть полностью или целиком объектом залога, купли-продажи, аренды и других сделок, и соответственно новое развитие данные имущественные комплексы получили

согласно Федеральному закону № 488-ФЗ [16], благодаря которому создаются и реализуют свою деятельность индустриальные (промышленные) парки и промышленные кластеры.

Например, на региональном уровне Закон города Москвы № 55 [37] закрепляет следующие формы реализации промышленной деятельности на территории указанного субъекта Российской Федерации и соответственно раскрывает новые формы предприятий как имущественных комплексов:

- промышленные комплексы – это имущественные комплексы, используемые в сфере промышленности субъектами предпринимательской деятельности для осуществления промышленной и инжиниринговой деятельности [37];

- технопарк – это территория под управлением управляющей компанией, на которой расположен имущественный комплекс, с помощью которого обеспечивается реализация услуг по размещению и развитию промышленных, инновационных организаций - резидентов технопарка [37];

- технополис – это технопарк, в состав которого входит комплекс социальных объектов для целей развития научно-производственного комплекса инновационных и высокотехнологических производств, а также, жизненного пространства [37];

- индустриальные (промышленные) парки – это комплекс объектов промышленной инфраструктуры, обеспечивающих создание, модернизацию соответствующего производства, которыми управляет управляющая компания [37];

- промышленные кластеры — это группа территориально близко расположенных и функционально зависимых субъектов промышленной деятельности и организаций, технологически с ними связанных [37].

Следует учитывать, что для всех указанных форм ведения промышленной деятельности (промышленный комплекс, технопарк, технополис, индустриальный парк и промышленный кластер) распространяются единые требования в соответствии с обозначенными законами и постановлениями [33]. Следовательно, специализированные организации и управляющие компании объединяют под

своим началом различных резидентов (организации, осуществляющие деятельность в сфере промышленной деятельности на территории технопарка или кластера, и соответственно не имеющие за пределами указанной территории иного производства или обособленного имущества). Деятельность резидентов не обязательно должна представлять единый процесс по производству общего результата, их деятельность может быть независима друг от друга, но осуществляется в рамках, как правило, одной сферы промышленности.

В силу нормативных положений будет логичным использование единого коммерческого обозначения для индивидуализации указанных объектов, так как для управления ими либо создается специализированная организация, либо определяется управляющая компания и соответственно будет некорректным использование части фирменного наименования юридического лица, осуществляющего исключительно административные функции и не имеющего отношения к именно производственно-промышленной деятельности.

Можно отметить существование не градообразующих предприятий, а неких имущественных комплексов, территориальных объединений – новых форм промышленной деятельности, позитивно влияющих не только на экономическую составляющую отдельных субъектов предпринимательской деятельности, но и на экономику региона, или как Технопарк «Физтехпарк», позволяющих развиваться подрастающему не только научному поколению, но и поколению практиков, предоставляющих необходимый объем рабочих мест с различной специализацией.

На практике именно так и происходит, примером могут служить Технополис «Москва»: особая экономическая зона имеет собственное коммерческое обозначение, независимое от управляющей компании и резидентов в различных областях высокотехнологичного производства, медицинских технологий и микроэлектроники и многих других. Равно как и Технопарк «Рамеев», располагающийся в городе Пенза и имеющий управляющую компанию ОАО «Технопарк высоких технологий», объединяющий под своим началом с коммерческим обозначением Технопарк «Рамеев» различных резидентов в сфере

информационных технологий, разработки и производства высокотехнологичных изделий медицинского назначения.

Безусловно, коммерческое обозначение используется и для индивидуализации более стандартных имущественных комплексов, например, таких как торговые центры. Так судом было принято решение о запрете использования коммерческого обозначения торгового центра «Петровский», а также прекращении использования схожих до степени смешения обозначений `tcpetrovskiy.ru` и `story.tcpetrovskiy.ru` в качестве доменных имен (Решение АС Московской области от 10 июня 2016 г. по делу № А41-12080/16).

В 2016 году был выделен новый объект, индивидуализируемый с помощью коммерческого обозначения. В Федеральном законе № 214-ФЗ [13] стало упоминаться о коммерческом обозначении (Постановление АС Уральского округа от 4 августа 2020 г. № Ф09-2419/20 по делу № А07-16340/2019), индивидуализирующем застройщика, если застройщик планирует использовать такое обозначение в рекламе, в целях привлечения денежных средств будущих участников такого строительства [13]. А также о том, что проектная документация должна содержать информацию о коммерческом обозначении, индивидуализирующем объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов – наименование жилого комплекса), если подобное обозначение планируется застройщиком к использованию в рекламе [13].

Суд по интеллектуальным правам подтвердил возможность индивидуализации с помощью коммерческого обозначения жилого комплекса, отметив наличие у жилых комплексов признаков предприятия (коммерческое обозначение: «ЖК Воронцов») (Постановление СИП от 11 ноября 2016 г. по делу № А56-4670/2015).

Данная позиция законодателя является довольно логичной, так как с обозначениями жилых комплексов складывается аналогичная ситуация, как с технопарками и кластерами, торговыми комплексами и центрами; инвесторы, строительные и управляющие компании – юридические лица,

задействованные в реализации того или иного жилищного, торгового или промышленного проекта, не дают ему название, исходя из своих средств индивидуализации. Новый проект нуждается в собственном уникальном обозначении, благодаря которому получит известность, будет покупаться и продаваться, то есть будет являться коммерчески выгодным, поэтому считаем, что коммерческое обозначение вполне может выступать и средством индивидуализации жилых комплексов (Постановление АС Западно-Сибирского округа от 30 июня 2020 г. № Ф04-1982/2020 по делу № А70-17275/2019).

Н.Д. Зеленкина и Т.Г. Федотовских в своей научной работе отмечают важность такого явления как «нейминг» жилых комплексов и говорят о том, что проекты с именем гораздо удобнее продвигать, они уже являются уникальными предложениями [188, с.230].

Кроме того, Н.Д. Зеленкина и Т.Г. Федотовских обращают внимание на такую ситуацию: «нейминг» объектов недвижимости тесно связан и ассоциируется с конкретным местом расположения [188, с.231]. Соответственно, предлагаемая нами концепция об использовании в качестве средства индивидуализации жилых комплексов коммерческого обозначения, с одной стороны, может быть подвергнута сомнению и критике. С другой стороны, не следует забывать, что к коммерческим обозначениям не предъявляются требования об уникальности и новизне (хотя это было бы идеальной его составляющей для субъектов предпринимательской деятельности в качестве подстраховки), а требуется лишь отсутствие смешения с другими средствами индивидуализации сторонних правообладателей. К тому же получение известности именно на определенной территории является одним из главных признаков охраноспособности обозначения. Вместе с тем в своей работе В.В. Гуцин, О.Н. Никонорова [174] предлагают определять новизну обозначения путем сопоставления с существующими реестрами иных средств индивидуализации и незарегистрированными коммерческими обозначениями. Такой подход видится доступным только в случае автоматизации процессов проверки, что предлагается в параграфе 3.3 настоящего исследования.

Необходимо отметить, что коммерческое обозначение может выступать средством индивидуализации не только предприятия, но и предпринимательской деятельности в целом. Такое средство индивидуализации становится более гибким и легко адаптируется под современные условия в сфере предпринимательства.

Пример: индивидуальный предприниматель Т.Н. Митрякова использовала для индивидуализации деятельности диспетчерского пункта коммерческое обозначение (Постановление АС Северо-Кавказского округа от 5 мая 2015 г. № Ф08-2363/2015 по делу № А32-1519/2014), или соответствующие функции выполняло обозначение «Пассажирские перевозки» [89]. В данных направлениях деятельности не обязательно иметь предприятие как имущественный комплекс, и поэтому целесообразно говорить о необходимости индивидуализации именно предпринимательской деятельности.

Возможность использования коммерческого обозначения для обеспечения указанной индивидуализации также в своих исследованиях отмечали Д.А. Шишкин [134, с.11], Г. Соколова [322], схожие выводы содержатся и в Постановлении Президиума СИП от 1 февраля 2020 г. № С01-1518/2019 по делу № СИП-437/2019.

А.А. Тюлькин придерживается мнения, что коммерческое обозначение служит для индивидуализации модели организации самой предпринимательской деятельности на базе имущественного комплекса или нескольких комплексов [283, с.229], и говорит о том, что даже при осуществлении предпринимательской деятельности в сети «Интернет» предприниматель имеет некий имущественный комплекс, для которого достаточно минимального набора объектов, чтобы признать его таковым [283, с.230].

Не следует приравнивать к имущественным комплексам в понимании предприятия отдельные электронно-вычислительные машины, серверы и прочие объекты, так как это является все-таки вспомогательной техникой.

Подробно данный вопрос раскрыт в параграфе 1.2 данного исследования.

Главной задачей законодателя должна стать концепция совершенствования правового регулирования отношений с использованием коммерческого

обозначения, так как практика использования обозначения и доктринальные исследования в данный момент являются базой для внесения изменений в пункт 1 статьи 1538 ГК РФ, считаем необходимым дополнить положениями об индивидуализации с помощью коммерческого обозначения не только предприятий, а также предпринимательской деятельности [268, с.87], а также ввести в качестве правообладателей новых субъектов: граждане, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, объединения юридических лиц и (или) ИП.

Глава 3

Распоряжение правом на коммерческое обозначение и его защита

3.1 Реализация прав на коммерческое обозначение по гражданско-правовым договорам

Актуальность рассмотрения вопроса реализации прав на коммерческое обозначение по гражданско-правовым договорам обусловлена активным развитием гражданско-правовых отношений с использованием объектов интеллектуальных прав. В связи со спецификой правового регулирования отношений в части введения в оборот средств индивидуализации субъектов и объектов мы отмечаем положительную динамику применения гражданско-правовых договоров для реализации прав на указанные объекты.

Важность договорных отношений predetermined в первую очередь особенностями возникновения и реализации прав на коммерческие обозначения. В связи с тем, что коммерческое обозначение в отличие от других средств индивидуализации не регистрируется, то с помощью гражданско-правовых договоров происходит не только возникновение прав на обозначение, а также прекращение прав или их передача третьим лицам.

Пункт 5 статьи 1539 ГК РФ [9] допускает распоряжение правом на обозначение только по договору аренды предприятия и договору коммерческой концессии.

Поддерживается точка зрения О.Н. Никоновой [232, с.110], о том, что нецелесообразно устанавливать ограниченный круг договоров для обеспечения реализации прав на коммерческое обозначение. Данная позиция соответствует пункту 1 статьи 8 и статьи 421 ГК РФ [6] о свободе договора и то, что использование широкого круга договоров для реализации прав на данное обозначение не противоречит действующему законодательству. О расширении перечня договоров для коммерческих обозначений говорит и В.А. Болтнева

[115, с.151], без конкретизации. О.А. Рыжова придерживается противоположной точки зрения [130, с.8].

Определение круга договоров, по которым возможна реализация прав на коммерческое обозначение, разделение договоров в зависимости от юридически-значимых действий на группы, имеет важное значение. Различные варианты классификаций гражданско-правовых договоров по реализации прав на различные объекты интеллектуальной собственности исследовали, в том числе О.А. Рузакова [129, с.21], Н.В. Котельников [207, с.25]; П.П. Баттахов рассматривал основные договоры в сфере промышленной собственности через призму предприятия, в том числе как имущественного комплекса [146, с.22-25], однако структурированная классификация не была представлена. Кроме того, указанные классификации гражданско-правовых договоров не предусматривают отдельное рассмотрение договоров применительно к коммерческому обозначению.

О.А. Рузакова в своем исследовании обращает внимание, что не все виды гражданско-правовых договоров, содержащие упоминание объектов интеллектуальных прав, могут быть отнесены к классу договоров о распоряжении исключительными правами [250, с.67]. Данная точка зрения вполне справедлива.

В рамках настоящего исследования проанализирован ряд договоров по реализации исключительных прав на коммерческое обозначение в зависимости от совершения юридически-значимых действий. В рамках анализа договоры разделены на группы, что позволяет продемонстрировать недостаточность применения только договора коммерческой концессии, договора аренды предприятия, договора об отчуждении исключительного права. Рассмотрение основано на примерах из судебной практики и учитывает предложения по совершенствованию правового регулирования исследуемого средства индивидуализации (применение возможности индивидуализации предприятий как имущественных комплексов), предпринимательской деятельности, введения новых субъектов-правообладателей. Группировка договоров учитывает полный «жизненный цикл» коммерческого обозначения: возникновение объекта и прав на него, распоряжение его судьбой, отчуждение объекта и прекращение действия

соответствующих прав. Представленная группировка не является закрытой и может дополняться в зависимости от предмета и целей соответствующего договора.

1) Договоры, связанные с созданием коммерческого обозначения как объекта авторского права с последующим переводом в разряд средств индивидуализации

- Договор авторского заказа.
- Договор возмездного оказания услуг по созданию коммерческого обозначения.
- Трудовой договор.

2) Договоры, связанные с отчуждением исключительного права на коммерческое обозначение

- Договор отчуждения исключительного права на коммерческое обозначение.
- Договор продажи предприятия.

3) Договоры, связанные с осуществлением совместной деятельности и использованием для ее индивидуализации коммерческого обозначения

- Договор простого товарищества.
- Договор инвестиционного товарищества.
- Договор доверительного управления имуществом.

4) Договоры, связанные с передачей прав на коммерческое обозначение во временное использование третьим лицам (в том числе, в составе имущественного комплекса, совместно с другими средствами индивидуализации)

- Договор аренды предприятия.
- Договор залога предприятия.
- Лицензионный договор.
- Договор коммерческой концессии» [264; 261].

1) Гражданско-правовые договоры, связанные с созданием коммерческого обозначения как объекта авторского права с последующим переводом в разряд средств индивидуализации

На основании предложений и рекомендаций в части совершенствования подходов к коммерческому обозначению как средству индивидуализации считаем необходимым выделить следующую группу договоров:

- договор авторского заказа;
- договор возмездного оказания услуг по созданию коммерческого обозначения;
- трудовой договор [264; 261].

Перечисленные договоры, безусловно, связаны с созданием коммерческого обозначения первоначально в качестве объекта авторского права. Выдвижение данного предложения представляется нам возможным на основании положительной практики возникновения исследуемого объекта, однако **это неосновной и необязательный способ, с помощью которого может возникнуть обозначение.** Вместе с тем следует согласиться с О.А. Рузаковой, что данные договоры сложно отнести к группе договоров на основании которых происходит распоряжение исключительным правом на коммерческое обозначение, они лишь оказывают влияние на объем исключительного права впоследствии [129, с.100].

Так, показательным является пример, когда в качестве доказательства создания и дальнейшего использования для собственных нужд при ведении предпринимательской деятельности коммерческое обозначение было создано по договору авторского заказа. В ходе судебного заседания истец представил доказательство: договор на создание произведения с уступкой исключительных прав для его использования, в качестве произведения представлено коммерческое обозначение в виде изображения купола восьмицветного зонта (Постановление СИП от 13 августа 2014 г. № С01-721/2014 по делу № А19-8217/2013).

С точки зрения доктрины и практики в рамках настоящего исследования договор авторского заказа представляет интерес в разрезе создания коммерческого обозначения как объекта авторского права – произведения. Следует согласиться с В.И. Еременко, что для средств индивидуализации творческая составляющая не будет столь высока как для полноценных произведений, но это все же реализация процесса интеллектуальной деятельности автора [181].

Точку зрения о возможности создания в качестве произведения по договору заказа товарного знака ранее отмечала в своем исследовании О.А. Рузакова [129, с.361].

Коммерческое обозначение может быть создано дизайнером или дизайнерским бюро при заключении договора авторского заказа. Безусловно, в таком случае обозначение будет размещено на каком-либо материальном носителе, и право на материальный объект не столь важно для факта возникновения исключительных прав на рассматриваемый объект (Решение СИП от 11 апреля 2019 г. по делу № СИП-72/2019).

Следует учитывать, что у коммерческого обозначения правообладатель – физическое лицо – может быть лишь в случае, когда обозначение первоначально является объектом авторского права, а затем вводится в гражданский оборот в качестве средства индивидуализации (Решение СИП от 18 ноября 2019 г. по делу № СИП-437/2019). Однако физическое лицо, без статуса ИП не может являться правообладателем коммерческого обозначения. Например, в доводах апелляционной жалобы ООО «Калифорния» допущена существенная ошибка, что правообладателем спорного коммерческого обозначения является физическое лицо – генеральный директор общества (Постановление Пятнадцатого ААС от 24 января 2012 г. № 15АП-14595/2011 по делу № А53-14470/2011). Указанный довод противоречит пункту 1 статьи 1538 ГК РФ [9].

Действительно, договор авторского заказа является смешанным договором и может включать в себя элементы лицензионного договора и договора об отчуждении исключительных прав. Правила, установленные для всех указанных договоров, будут применяться и для договора авторского заказа.

Для того чтобы использовать все установленные требования в отношении создания произведений по рассматриваемому договору и в отношении коммерческого обозначения, следует учитывать возмездный характер и обязательность установления срока исполнения обязательства. Срок исполнения обязательства важен для использования возможности его продления или отказа заказчика ввиду невыполнения заказа [264, с.46].

Как объект авторского права, коммерческое обозначение может быть создано по договору возмездного оказания услуг по созданию соответствующего обозначения. Данный договор будет иметь схожие черты с договором авторского заказа и относиться сначала к категории договоров, порождающих право (авторские права), а затем право прекращающих (для автора) – обязательное отчуждение исключительного права. Подобный договор был заключен для создания коммерческого обозначения «НОРМА» [88].

Если договор оказания услуг или договор авторского заказа не будут содержать требования об отчуждении прав или их временной передачи для использования третьим лицам, право на коммерческое обозначение как средство индивидуализации, согласно действующему законодательству, не возникнет. Тогда объект будет существовать лишь как произведение и для индивидуализации предприятий, товаров, работ и услуг, предпринимательской деятельности не сможет использоваться (Постановление СИП от 2 октября 2018 г. № С01-291/2018 по делу № А41-54653/2017).

Коммерческое обозначение как служебное произведение может быть создано вследствие исполнения обязанностей работником по трудовому договору (Постановление Президиума СИП от 4 сентября 2020 г. № С01-736/2020 по делу № СИП-665/2019; Решение СИП от 10 января 2020 г. № СИП-300-2019), П.П. Баттахов отмечает, что главным условием для возникновения произведения подобного рода будет являться именно исполнение трудовой функции в соответствии с трудовым договором (Постановление СИП от 18 августа 2020 г. № С01-44/2019 по делу № А40-256611/2017) и получение соответствующего служебного задания [148, с.101-102]. При этом исключительное право на созданный объект авторского права принадлежит работодателю [117, с.171; 255, с.60], если стороны не предусмотрели иное. Примечательно следующее условие, что работодатель обязан начать использование произведения или передать права третьему лицу, в противном случае исключительное право на созданное коммерческое обозначение, например, графическое изображение – произведение, перейдет его непосредственному автору.

Следует учитывать, что суды принимают во внимание возможность осуществления предпринимательской деятельности работодателем и в случае, если учредительными документами она не предусмотрена, то возникновение исключительного права на первоначальное служебное произведение (коммерческое обозначение в данном качестве) признают справедливо невозможным (Определение ВАС РФ от 10 января 2012 г. № ВАС-15732/11 по делу № А40-129000/10-12-812).

По итогам проведенного исследования получены следующие выводы:

- Коммерческое обозначение может быть первоначально создано как произведение (объект авторского права) и лишь затем переведено посредством договоров в категорию средств индивидуализации.

- Как объект авторского права коммерческое обозначение может быть создано в результате заключения договора авторского заказа, трудового договора, договора об оказании возмездных услуг.

- Чаще всего коммерческое обозначение в качестве произведения создается как графическое изображение.

- Имеет большую значимость развитие концепции о том, что коммерческое обозначение, как и товарный знак, может охраняться и как средство индивидуализации и как результат интеллектуальной деятельности. Так коммерческое обозначение изначально может быть создано как один из персонажей, например, литературного произведения.

2) Гражданско-правовые договоры, связанные с отчуждением исключительного права на коммерческое обозначение

На основании директивного указания закона допускается передача прав на коммерческое обозначение третьим лицам: *по договору продажи предприятия или отчуждения исключительного права*. При этом просто продажа предприятия не влечет перехода прав на рассматриваемое обозначение, для этого все же потребуется заключение договора отчуждения исключительного права.

В.Р. Якупов относит договор об учреждении общества или товарищества к договорам об отчуждении исключительного права [306, с.245], что, на наш взгляд, справедливо отчасти, так как права используются для осуществления совместной деятельности и не всегда отчуждаются в данном случае, а если происходит отчуждение, то сторонами заключается либо смешанный договор, либо договор об отчуждении исключительных прав. Базовым договором в рамках распоряжения правами является договор отчуждения исключительного права (на коммерческое обозначение в том числе), как справедливо указывает В.Н. Котельников [207, с.25-26].

Учитывая изложенное, отметим тесную взаимосвязь двух обозначенных договоров.

По договору продажи предприятия продавец передает покупателю как материальные, так и нематериальные объекты, входящие в состав имущественного комплекса, за исключением только тех объектов, передача которых невозможна в соответствии с законом (Постановление АС Московского округа от 8 октября 2015 г. № Ф05-11045/2015 по делу № А41-821/15). В состав предприятия могут входить различные средства индивидуализации (кроме фирменного наименования), переданные юридическому лицу по лицензионному договору (Постановление СИП от 16 января 2020 г. № С01-1374/2019 по делу № А53-12641/2019). Продажа предприятия может осуществляться как добровольно, так и принудительно – в результате принятия решения по делу о несостоятельности (банкротстве) предприятия. В последнем случае отчуждаются в обязательном порядке все исключительные (включая права коммерческое обозначение).

Объем передаваемых исключительных прав в составе предприятия определяется по соглашению сторон. В.А. Болтнева отмечает так же, что объем передаваемых прав может отличаться у продавца и покупателя, и он должен указываться в акте инвентаризации [115, с.43].

По мнению А.В. Грибанова, при продаже предприятия с совместным отчуждением прав на коммерческое обозначение немаловажно определить судьбу

схожего фирменного наименования прежнего правообладателя, так как при продолжении его использования в неизменном виде возникает вероятность смешения средств индивидуализации и иные затруднения, связанные с реализацией прав на них [309]. Поэтому в дополнение к договору продажи предприятия наилучшим вариантом будет заключить отдельный договор об отчуждении прав на коммерческое обозначение.

Однако, как отмечает П.П. Баттахов [145], данный договор не столь широко исследован в научной литературе, особенно в части отчуждения исключительных прав на коммерческое обозначение. Разделение договоров основано на правиле, распространяющемся на объекты интеллектуальных прав в части необходимости их регистрации или ее отсутствии. Е.А. Суханов считает, что даже в случае заключения единого договора, права на составляющие его объекты, передаются с учетом особенностей каждого объекта в отдельности [321].

Так как зачастую права на коммерческое обозначение передаются совместно с правами, например, на товарный знак, подлежащий регистрации, то наличие самостоятельного договора для объектов интеллектуальных прав без включения требований в договор, касающийся имущественного комплекса, значительно упрощает регистрацию права собственности и передачу исключительных прав. Благодаря данному примеру прослеживается различность указанных прав и их сущности.

При продаже предприятия необходима полная инвентаризация для определения стоимости и состава имущества, составление аудиторских и бухгалтерских отчетов, для выявления должников и кредиторов осуществляется определение всех обязательств. В противном случае договор продажи предприятия может быть признан незаключенным, если не будет доказано наличие нематериальных объектов, принадлежащих предприятию. При этом суды часто считают, что права на средства индивидуализации принадлежат непосредственно предприятию и передаются совместно с ним другому собственнику по умолчанию (Постановление Четырнадцатого ААС от 31 августа 2016 г. по делу № А52-4610/2015). Передаваться могут только исключительные права (они носят

имущественный характер) и могут не входить в предмет такого договора, если отсутствуют или не отчуждаются вместе с предприятием.

В законодательстве не получил должного освещения вопрос об определении стоимости нематериальных активов предприятия, указывается лишь передача обязательств и прав. Определение стоимости активов, в том числе нематериальных является значимым действием, так как часто подлежат продаже убыточные предприятия, и именно объекты интеллектуальных прав в подобных случаях еще обладают ценностью.

Предприятие передается покупателю по передаточному акту, в котором должно быть перечислено: состав и стоимость обязательств, прав и имущества. Предприятие считается переданным с момента подписания акта сторонами договора. После подписания акта вся ответственность за предприятие и переданные в его составе имущество, права и обязанности возлагается уже на покупателя. Как отмечает М.А. Верхолетов, покупатель сможет воспользоваться исключительным правом на коммерческое обозначение сразу после подписания передаточного акта, иного документа, подтверждающего факт передачи [158].

В качестве примера приведем договор продажи предприятия салона красоты «МІХ-Студия», в составе предприятия новому правообладателю было передано соответствующее коммерческое обозначение [90].

Необходимо вносить сведения о рассматриваемом средстве индивидуализации не только в передаточный акт (совместно с правами на другие объекты интеллектуальных прав), но и в инвентаризационную ведомость. Данные действия должны осуществляться для того, чтобы показать, что находится на балансе предприятия и для принятия мер по охране прав на коммерческое обозначение. Если данный момент упустить, то покупателю может быть передано несуществующее средство индивидуализации. Подобный случай может возникнуть, если не использовать обозначение более года, и таким образом оно перестает существовать автоматически.

Инвентаризация не только материальных объектов, но и нематериальных позволит избежать, например, в отношении коммерческого обозначения либо

судебных разбирательств с третьими лицами, получившими право на использование обозначения в результате невыполнения выше указанных действий, либо потребуются создание нового обозначения и прохождение заново всего пути его становления как средства индивидуализации.

Учитывая представленную ранее позицию, выделяются наиболее значимые аспекты договора отчуждения исключительного права на коммерческое обозначение. Данный договор может использоваться и как самостоятельный договор, и в связке с договором продажи предприятия.

Г.А. Трофимова в своем исследовании отмечает независимость договора об отчуждении исключительных прав и наличие у него самостоятельного статуса [280].

Указанный договор относится к категории договоров распорядительного характера, по которому передаются исключительные права в полном объеме. Именно объем является ключевым отличием договора отчуждения от иных договоров, связанных с передачей прав на интеллектуальную собственность, а равно и срок, так как передача обозначенных прав осуществляется окончательно и бесповоротно.

Не допускается безвозмездное отчуждение исключительного права на коммерческое обозначение, если договор заключается между коммерческими организациями. Как правило, некоммерческие организации в меньшей степени используют коммерческие обозначения для целей индивидуализации предприятия.

Переход исключительного права, если не предусмотрено иное, завершается в момент заключения договора. Отраженная формулировка действующего пункта 4 статьи 1234 ГК РФ [9] позволяет состыковать сроки и окончательное отчуждение предприятия и исключительных прав при заключении данных договоров в связке.

Следует учитывать, когда коммерческое обозначение индивидуализирует несколько предприятий (группу предприятий), что при продаже одного из них сторонам необходимо согласовать условия, кто будет являться правообладателем коммерческого обозначения и сможет его использовать для индивидуализации либо оставшихся предприятий, либо вновь приобретенного предприятия [278].

По результатам проведенного исследования имеются следующие выводы:

- Правообладатель на коммерческое обозначение вправе произвести его отчуждение другим лицам с помощью договоров об отчуждении исключительных прав, продажи предприятия.

- Передача прав на коммерческое обозначение возможна на основании указанных договоров в совокупности и на основании самостоятельно заключенного договора об отчуждении соответствующих исключительных прав.

- Учитывая особенности реализации прав на коммерческое обозначение, рекомендуется при продаже предприятия вносить данные об обозначении не только в передаточный акт, но и в инвентаризационную ведомость. Указанное условие сводит к минимуму риски передачи средства индивидуализации, прекратившего свое существование с точки зрения положений ГК РФ. Предлагаемое правило может также применяться к другим объектам интеллектуальных прав.

3) Гражданско-правовые договоры, связанные с осуществлением совместной деятельности и использованием для ее индивидуализации коммерческого обозначения

Целесообразно рассмотреть договоры, благодаря которым реализуется совместной деятельности (Постановление СИП от 15 сентября 2017 г. № С01-591/2015 по делу № А04-7189/2014), а также раскрыть их положения применительно к коммерческим обозначениям. На практике существование подобных договоров с использованием коммерческого обозначения в последние годы увеличилось, например, субъектами предпринимательской деятельности был заключен договор о совместной деятельности под общим коммерческим обозначением YLLOZURE (Решение СИП от 1 апреля 2019 г. № СИП-729/2018) или договор с дистрибьютором о независимом торговом представительстве «General Electric» (Постановление СИП от 7 июня 2018 г. № С01-1000/2017), или субъектами предпринимательской деятельности в целом ведется совместная

деятельность под общим коммерческим обозначением (Постановление СИП от 27 октября 2015 г. № С01-843/2015 по делу № А60-934/2015).

Договор простого товарищества.

Гражданским законодательством предусмотрена возможность ведения предпринимательской деятельности объединениями лиц. Так двое и более лиц (только ИП и (или) коммерческие организации) могут осуществлять совместную деятельность путем соединения вкладов по договору простого товарищества. Данный договор является единственным договором о совместной деятельности, закрепленным в ГК РФ [287, с.172].

Под совместной деятельностью, по мнению П.А. Маркова, в простом товариществе понимается деятельность нескольких лиц, которые создают общую имущественную базу с целью осуществления определенной деятельности [102, с.183]. Традиционно вкладом может быть: имущество и денежные средства, связи и деловая репутация, навыки, умения в соответствующей профессиональной деятельности.

Коммерческое обозначение или иные нематериальные активы (объекты интеллектуальных прав) могут быть вкладом при заключении договора простого товарищества. Согласимся с М.Е. Бобровым, что даже в случае передачи прав на коммерческое обозначение в качестве вклада правообладатель будет один, введение совладельцев в данном случае нецелесообразно [153, с.94].

Безусловно, необходима оценка вклада каждого лица для определения доли участия в товариществе. Как правило, доли распределяются пропорционально. Оцениваться вклад может по соглашению сторон любым разрешенным образом и для этого не обязательно обращаться за услугами профессионального оценщика, если стороны достигли консенсуса.

Отличительной особенностью внесения вкладов при заключении договора простого товарищества является сохранение права собственности или исключительных прав, в нашем случае на коммерческое обозначение, за вкладчиком. Тем не менее, товарищи вправе предусмотреть в договоре иные условия (например, указать сферу деятельности), на которых планируется

использование обозначения (один или несколько товарных рынков) (Постановление Второго ААС от 22 июня 2015 г. № 02АП – 4039/2015 по делу № А28-14030/2014). Следует учитывать, что имущество, поступившее в товарищество в качестве вклада, становится общим имуществом и переходит в общее пользование.

Договор простого товарищества позволяет лицам, не имеющим возможности, но желающим расширить свой штат сотрудников и нуждающимся в сопутствующей деятельности, эффективно организовать предпринимательскую деятельность и привлечь сторонних участников. Такие объединения лиц действуют в большинстве случаев под общим коммерческим обозначением (Определение ВАС РФ от 23 октября 2013 г. № ВАС-14742/13 по делу № А28-8815/2012–251/22). Предметом рассматриваемого договора будет являться, по мнению Ю.С. Харитоновой, осуществление общей деятельности участников, направленной к общей цели [287, с.169].

Данный договор удобен для использования крестьянскими (фермерскими) хозяйствами для осуществления совместной деятельности, но учитывая особенность подобного вида объединения лиц, указанные хозяйства не смогут использовать такие средства индивидуализации, как наименование места происхождения товара, географическое указание, товарный знак.

Следует учитывать, что при всех вариациях договора простого товарищества, права на коммерческое обозначение могут перейти к товариществу двумя способами: либо в качестве вклада, тогда в договоре делается соответствующая пометка, возможность подобных правоотношений отмечает И.А. Зенин [189, с.33]; либо оно создано для данного товарищества, соответственно необходимо прописать в договоре, что совместная деятельность созданного товарищества осуществляется под единым (общим) коммерческим обозначением.

Таким образом, договор будет являться одним из подтверждений использования коммерческого обозначения и введения его в гражданский оборот при условии соблюдения всех признаков охраноспособности и особенностей возникновения, и прекращения исключительных прав (Постановление СИП

от 22 ноября 2019 г. № С01-778/2019 по делу № А33-2388/2018). Кроме того, допускается индивидуализация с помощью коммерческого обозначения предприятий и (или) деятельности объединений юридических лиц и (или) ИП.

Подтверждением высказываемой точки зрения может служить следующее дело: непубличное акционерное общество «Наука» и акционерное общество «Консультационно-диагностический центр «Наукамед» заключили договор о совместной деятельности, с условием изменения фирменного наименования АО «КДЦ «Наукамед» на АО «КДЦ «Донмед» и группа компаний использовала единое коммерческое обозначение «НаукаMED» (Постановление СИП от 21 мая 2015 г. № С01-379/2015 по делу № А53-17584/2014).

Договор инвестиционного товарищества.

Осуществление совместной деятельности возможно посредством договора инвестиционного товарищества. Особенность данного договора: возможность участия в инвестиционном товариществе некоммерческих организаций (в пределах реализации целей, для которых они созданы), а также осуществление исключительно инвестиционной деятельности и никакой иной.

Данный договор в части использования коммерческого обозначения не рассматривался ранее и исследования в части передачи прав на него практически отсутствуют, равно как и судебная практика.

Договор инвестиционного товарищества имеет максимальное сходство с договором простого товарищества в части внесения вкладов товарищей, осуществления совместной деятельности с использованием общего коммерческого обозначения, учитывая то, что товарищам, состоящим в инвестиционном товариществе, запрещено рекламировать осуществление совместной деятельности.

В отношении вкладов инвестиционного товарищества внесено существенное уточнение, которое не получило отражения для простого товарищества – вклад должен иметь денежную оценку, вне зависимости от того, имущество это или права. Данное положение пункта 1 статьи 6 Федерального закона «Об инвестиционном товариществе» [18] возвращает нас к проблеме определения стоимости нематериальных активов, в том числе коммерческих обозначений.

Организациям и предприятиям перед внесением в качестве вклада интеллектуальной собственности, требуется осуществление действий, раскрытых ранее в настоящем исследовании в отношении определения стоимости нематериальных активов предприятий.

Важной является оговорка, о том, что вклад товарища, не входящего в состав управляющих, может быть, лишь в виде денежных средств, если иное не было отражено в договоре.

При передаче в инвестиционное товарищество вкладов в обязательном порядке составляется акт приема-передачи (и для материальных и нематериальных вкладов). Указанный акт имеет большое значение для подтверждения наличия соответствующих прав на коммерческое обозначение у вкладчика и использования его при осуществлении инвестиционной деятельности. Так как подтверждение прав на указанное средство индивидуализации зависит от всех возможных документов и материальных носителей, немаловажным остается принцип непрерывности использования обозначения при отсутствии обязательной регистрации.

Значимость договора инвестиционного товарищества, всех дополнительных соглашений, положений и соглашений о полной или частичной передаче прав и обязанностей, предварительных договоров усиливается обязанностью их нотариального удостоверения. При осуществлении деятельности под одним коммерческим обозначением или внесении средства индивидуализации в качестве вклада нотариальное удостоверение документов в наиболее полном объеме подтверждает принадлежность обозначения и исключительных прав на него тому или иному лицу.

Договор доверительного управления имуществом.

Договор доверительного управления имуществом по своей сути является мера временного характера, направленная в нашем случае на сохранение имущества предприятия и продолжения его функционирования, как профессионального участника гражданского оборота. Как справедливо отмечают О.А. Рузакова и А.Б. Рузаков, данный договор в основном направлен

на управление объектами вещных прав, однако допускается его использование и для управления исключительными правами, но имеются отдельные сложности ввиду специфики регулирования подобных отношений [253].

Использование указанного договора эффективно, например, при наследовании предприятия, когда наследник – гражданин – не является индивидуальным предпринимателем или не желает становиться участником юридического лица для поддержания его предпринимательской и (или) промышленной деятельности. В таком случае может назначаться доверительный управляющий для соответствующего управления имуществом. Согласимся с Т.С. Коробейниковой, что нецелесообразно назначать доверительным управляющим одного из наследников, так как он в таком случае получает полномочия, которых искусственно лишаются другие наследники [122, с.126]. Однако С.П. Гришаев допускает возможность назначения доверительным управляющим одного из наследников [311].

В доверительное управление возможно передать не только предприятия, движимое или недвижимое имущество, ценные бумаги, но и права, в том числе представляющие для нас интерес – исключительные права, как в составе имущественного комплекса, так и на самостоятельном основании. Допускается наследование прав на коммерческое обозначение вместе с предприятием, на что обращает в своем исследовании внимание Н.М. Фролова [286, с.36-38], в том числе ввиду нецелесообразности отдельного существования объектов, ограничений в субъектном составе.

Существенные условия рассматриваемого договора:

- состав имущества, передаваемого в управление (при условии передачи в доверительное управление предприятия, рекомендуется проведение инвентаризации и отражения в инвентаризационном акте в составе имущества коммерческого обозначения и прав на него);

- имя гражданина или наименование юридического лица, в чьих интересах осуществляется доверительное управление;

- вознаграждение доверительного управляющего;

- срок действия договора (по общему правилу не более пяти лет).

Рассматриваемый договор в обязательном порядке подлежит государственной регистрации, предусмотренной для регистрации права собственности.

Кроме того, при управлении имуществом (в нашем случае имущественным комплексом) доверительный управляющий выполняет обязанности, установленные договором, осуществляет управление непосредственно имуществом, вправе требовать устранения нарушений в отношении предмета управления. Доверительный управляющий по итогам осуществления своих обязанностей представляет отчеты либо учредителю управления, либо выгодоприобретателю, и несет личную ответственность по сделкам, и ответственность в случае причинения убытков.

Как отмечает Ю.С. Харитонова, договор доверительного управления, как правило, заключается для управления сложным имуществом – имущественным комплексом [324], именно поэтому, по нашему мнению, практически отсутствуют исследования в отношении прав на коммерческое обозначение в разрезе данного договора, так как указанные права входят в состав имущественного комплекса.

В случае передачи в доверительное управление активов (в том числе нематериальных активов, в состав которых входит коммерческое обозначение), имеющих крупную стоимость, может быть возложена обязанность на управляющего – предоставление залога. Представленный доверительным управляющим залог при ненадлежащем выполнении или при невыполнении обязанностей останется у учредителя управления, таким образом, это своеобразное страхование ответственности профессионального субъекта при отсутствии страхования предпринимательских рисков.

Договор доверительного управления имуществом имеет большое значение для целей нашего исследования при передаче в управление предприятия, в состав которого входит коммерческое обозначение. Указанный договор часто используется при наследовании предприятия и в его составе прав на исследуемое обозначение. Кроме того, доверительное управление позволяет сохранять

непрерывную деятельность предприятия, а соответственно непрерывность действия прав на исследуемое обозначение и минимизирует риск их утери вследствие неиспользования средства индивидуализации согласно установленному порядку.

По итогам проведенного исследования получены следующие выводы:

- Возможно использование коммерческого обозначения в ходе ведения совместной деятельности индивидуальными предпринимателями, юридическими лицами.

- По обозначенным договорам о совместной деятельности коммерческое обозначение может быть передано в качестве вклада с сохранением исключительных прав за правообладателем либо создано специально для индивидуализации совместной деятельности и будет принадлежать одному или нескольким субъектам предпринимательской деятельности в зависимости от закрепленных в договоре условий.

- Договор доверительного управления, договор инвестиционного товарищества, договор простого товарищества подтверждают наличие многосубъектности в отношении использования коммерческого обозначения.

4) Гражданско-правовые договоры, связанные с передачей коммерческого обозначения во временное использование третьим лицам

Договор аренды предприятия.

Указанный договор предоставляет возможность арендовать имущественный комплекс, посредством которого осуществляется предпринимательская деятельность. Ключевой особенностью договора аренды выступает срок и цена договора.

Допускается передача для владения и пользования (временно) различных составляющих предприятий: зданий, сооружений, земельных участков, оборудования и иных основных материальных активов, а также прав на коммерческое обозначение. Сам факт заключения договора аренды без специального указания на передачу исключительных прав на обозначение

не свидетельствует о передаче таких прав (Постановление СИП от 1 сентября 2016 г. № С01-591/2015 по делу № А40-7189/2014). А также важно, чтобы по данному договору арендовалось предприятие в целом как имущественный комплекс (Решение АС Чувашской Республики от 11 февраля 2013 г. по делу № А79-11664/2011).

Наиболее простой вариант реализации передачи исключительных прав на коммерческое обозначение арендуемого предприятия - это отражение соответствующих положений в договоре аренды предприятия, заключение дополнительных договоров при наличии условий о передаче прав не потребуется (хотя такая возможность не исключается, например, по Лицензионному договору или Договору коммерческой концессии) (Решение СИП от 27 ноября 2018 г. по делу № СИП-122/2018), в отличие от передачи прав на другие средства индивидуализации.

Так между предпринимателем (арендатором) и ООО «Торговый комплекс «Квант», ЗАО «КрасПТМ» был заключен ряд договоров аренды и субаренды нежилых помещений, в рамках которых было предусмотрено использование коммерческого обозначения «GREENHOUSE», для целей осуществления совместной деятельности под единым обозначением стороны заключили договор простого товарищества (Постановление СИП от 22 ноября 2019 г. № С01-778/2019 по делу № А33-2388/2018).

Говоря о предприятии, не следует забывать, что, помимо основного договора по передаче имущества и исключительных прав, требуется подготовка и подписание передаточного акта. В этой части совершенно одинаковые правила, распространяющиеся на договор продажи предприятия, договор аренды предприятия и иные договоры, регулирующие правоотношения по распоряжению судьбой имущественного комплекса.

Кроме того, при аренде предприятия, помимо составления передаточного акта и самого договора, также рекомендуется проведение инвентаризации и оформление соответствующего инвентаризационного акта.

Закон предусматривает внесение изменений в арендуемое имущество, но подобных положений не отражено в отношении средств индивидуализации или других объектов интеллектуальной собственности. Отсутствие права изменять, например, одно из средств индивидуализации является определенным ограничением прав арендатора; невозможно внести изменения в товарный знак, переданный по лицензионному договору или в рамках договора аренды предприятия.

Однако иная ситуация складывается с коммерческим обозначением, ведь данное средство индивидуализации сложнее охранять и защищать в случае внесения изменений, улучшений или отказа от использования. Поэтому необходимо дополнить статью 660 ГК РФ условием о невозможности арендатором отчуждать или передавать во временное пользование, иным образом распоряжаться правами объекты интеллектуальной собственности (включая средства индивидуализации).

Аналогичной точки зрения придерживается в своем исследовании и В.А. Болтнева [115, с.103].

Таким образом, при завершении срока действия договора аренды арендованное имущество передается обратно по передаточному акту. Учитывая, что в течение временного владения и пользования могут быть внесены изменения, существенные улучшения имущества, а коммерческое обозначение может прекратить свое существование ввиду неиспользования, требуется перед передачей имущества арендодателя повторно провести инвентаризацию и составить инвентаризационный акт.

По итогам характеристики договора аренды предприятия применительно к теме настоящего исследования получены следующие выводы.

- Договор аренды предприятия направлен на решение проблемы – отсутствие собственного имущественного комплекса и продолжение дальнейшего функционирования предприятия (Решение СИП от 23 мая 2017 г. по делу № СИП-81/2017).

- Коммерческое обозначение является неотъемлемой составляющей предприятия – как нематериальный актив. Передача прав на него в рамках договора аренды или дополнительно по лицензионному договору – исключительно волеизъявление арендодателя и не подлежит обязательному исполнению и включению в каждый договор подобного вида.

- Рассматриваемое средство индивидуализации имеет слабую защиту в рамках договора аренды предприятия от внесения изменений, улучшений, отказа от использования. Таким образом, следует внести изменение в статью 660 ГК РФ, позволяющее эффективно защищать права арендодателя на передаваемые по договору права на объекты интеллектуальной собственности (включая средства индивидуализации).

Договор залога предприятия.

Российское законодательство и разъяснения Пленумов судов не отражают ни разрешения, ни запрета по передаче в залог исключительного права на коммерческое обозначение. Права на коммерческое обозначение могут передаваться только в составе предприятия или с правами на товарный знак [264, с.45]. Схожей позиции придерживаются в своих исследованиях и Р.Ш. Рахматулина [245, с.41-42], и И.С. Чупрунов [296].

В свою очередь договор залога предприятия – это гарантийное средство для того, чтобы кредитор в случае невыполнения обязательства должником имел возможность удовлетворить требование посредством предоставленного в залог имущества. Иногда при залоге имущественного комплекса в договоре, в случае неисполнения обязательства должником, предусматривается, что предприятие переходит в собственность кредитору.

При заключении рассматриваемого договора в нем должно быть указано: предмет, его оценка и сущность, срок исполнения договора и указание места нахождения имущества, а главное – у какой из сторон. Оценка стоимости имущества производится на основании ранее проведенной инвентаризации путем предоставления инвентаризационного акта. В инвентаризационном акте требуется

обязательное указание объектов интеллектуальной собственности (включая коммерческое обозначение).

Если в предмет залога в договоре исключительные права на коммерческое обозначение и другие средства не были включены, то соответственно при нарушении обязательств залогодателем, такие права не смогут перейти вместе с предприятием залогодержателю. Подобной позиции придерживаются суды в отношении залога предприятий (Постановление Восьмого ААС от 16 июня 2014 г. № 08АП-4273/2014 по делу № А46-11679/2013).

По договору залога предприятия исключительные права на коммерческое обозначение неразрывно передаются совместно с предприятием при соответствующем указании условий в договоре. При должном исполнении обязательств право собственности и все исключительные права остаются у залогодателя. Но при неисполнении обязательства предприятие становится собственностью залогодержателя согласно условиям договора, потребуется регистрация права собственности у залогодержателя на предмет договора и отчуждение исключительных прав на коммерческое обозначение или исключение возможности его использования. Таким образом, во втором случае коммерческое обозначение прекратит свое существование.

По итогам проведенного исследования были получены следующие выводы:

- Исключительные права на коммерческое обозначение не могут быть самостоятельным предметом залога.

- Для передачи исключительных прав на обозначение в составе предприятия требуется предварительная инвентаризация и оформление инвентаризационного акта с указанием средств индивидуализации и коммерческого обозначения, в частности.

- Договор залога предприятия – это гарантийное средство, возможность кредитора должным образом удовлетворить свои требования посредством предмета залога в случае неисполнения обязательства. Коммерческое обозначение при переходе предприятия в собственность кредитора может продолжить свое существование, для этого необходимо составление договора об отчуждении

исключительных прав, а возможно и прекращение существования обозначения при исключении возможности его использования.

Договор коммерческой концессии и лицензионный договор.

Является достаточно странным выбор законодателя о закреплении условий о передаче прав на коммерческое обозначение лишь посредством договора аренды предприятия, договора коммерческой концессии. Имеют много общего лицензионный договор и договор коммерческой концессии, и было бы не правильным применять только один из них, что отмечают в своих исследованиях В.А. Болтнева [115, с.62], С.А. Грипич [118, с.64].

На данный момент остается спорным вопрос о предмете договора коммерческой концессии, некоторые ученые относят к нему не только действия и комплекс исключительных прав (Постановление ФАС Поволжского округа от 26 декабря 2012 года по делу № А72-1691/2012), а также объем передаваемых прав. А.В. Попов отмечает спорность правовой природы договора коммерческой концессии и неоднозначность его применения, наличие споров о его предмете и основных элементах [242, с.26].

Поддерживается позиции, что в предмет договора коммерческой концессии входит комплекс прав на различные объекты интеллектуальной собственности (включая коммерческое обозначение) и иные законодательно предусмотренные права. Подтверждением вывода служит пример из судебной практики. Так ООО «РН-Востокнефтьпродукт» и ОАО «Нефтяная компания «Роснефть» заключили договор коммерческой концессии, предметом которого являлся комплекс прав, в составе которых передавались права на коммерческое обозначение [87].

По своей природе лицензионный договор схож с договором коммерческой концессии (Постановление СИП от 13 июня 2017 г. № С01-627/2017 по делу № А68-9982/2015) и соответственно действуют аналогичные правила по передачи прав по нему на товарный знак (Постановление СИП от 23 октября 2018 г. № С01-636/2018 по делу № А14-2099/2017). В свою очередь В.Н. Котельников обращает внимание, что лицензионный договор является базовым в группе договоров по распоряжению исключительными правами и поэтому может быть

использован для передачи прав на коммерческое обозначение на временной основе (Постановление СИП от 19 июня 2015 г. № С01-451/2015 по делу № А40-97630/2014).

Так, по указанному договору лицензиат обязан контролировать качество производимых и продаваемых товаров с размещенными на них товарным знаком и коммерческим обозначением (если оно передано в качестве самостоятельного объекта или совместно с товарным знаком). Но следует учитывать, как справедливо замечает П.П. Баттахов [144, с.132], что при всей схожести рассматриваемых договоров они имеют и принципиальные отличия.

Однако, З.Р. Ожева считает невозможным использовать лицензионный договор и договор об отчуждении прав для такого объекта как коммерческое обозначение, вместе с тем не исключает возможности передачи прав на него по другим, указанным в ГК РФ договорам [125, с.14].

Лицензионный договор подлежит регистрации, если законодательно предусмотрена подобная регистрация для конкретного объекта интеллектуальной собственности. Ввиду того, что права на коммерческое обозначение не подлежат регистрации, то рассматриваемый договор также не будет регистрироваться, если по такому договору будут передаваться исключительные права только на данное средство индивидуализации (Постановление СИП от 5 июня 2015 г. № С01-406/2015 по делу № А56-4747/2014). Так, лицензионный договор между обществом «Виза Трэвел Групп» и обществом «Перфект тревел» не был зарегистрирован, ввиду передачи комплекса прав на: коммерческое обозначение и ноу-хау, дизайн, базы данных и др. (Определение ВС РФ от 16 марта 2017 г. № 310-ЭС17-1098 по делу № А68-11597/2015).

Схожими являются для рассматриваемых договоров условия территориального действия, так возможно локально ограничить действия договорных обязательств, а можно и расширить на территорию всей страны (в том числе расширенное действие договора будет реализовываться и при отсутствии конкретной территории в его содержании). При передаче прав на коммерческое обозначение по любому из характеризующихся договоров параметры территории

достаточно важны, в том числе для определения степени известности средства индивидуализации.

Также в рамках договора коммерческой концессии возможно предусмотреть ограничение прав в отношении осуществляемой деятельности на определенной территории. В целях настоящего исследования наибольший интерес представляет следующая обязанность по договору – не передавать третьим лицам тождественный комплекс исключительных прав или воздержаться от осуществления аналогичной деятельности. Таким образом, данное положение может распространяться как на правообладателя исключительных прав, так и на контрагента по договору, следственно наличие договора субконцессии возможно не всегда.

Указанное нами положение аналогично положениям об исключительной лицензии, когда лицензиар и лицензиат приобретают определенные права и обязанности, и следственно должны нести ответственность в случае нарушения законных прав и интересов друг друга. Если лицензиат использует товарный знак или коммерческое обозначение в порядке, не установленном договором, в том числе после прекращения действия лицензии, то это является явным нарушением исключительных прав лицензиара, и лицензиат должен быть привлечен в судебном порядке к ответственности (Постановление СИП от 19 июля 2017 г. № С01-453/2017 по делу № А51-11422/2016).

На практике субъекты предпринимательской деятельности допускают ошибки в передаче прав и смешении объектов. Так, индивидуальный предприниматель и ООО «Единый Визовый Центр» заключили лицензионный договор, по которому передавались права на ноу-хау и предполагалось, что право использования коммерческого обозначения тоже передавалось, однако в договоре права на него не были описаны, и истец полагал, что они включались в состав ноу-хау (Постановление Пятнадцатого ААС от 27 октября 2016 г. № 15АП-15579/2016 по делу № А32-1518/2016).

Следует отметить один из наиболее важных вопросов в рамках рассматриваемого договора – последствия изменения коммерческого обозначения.

Указанное положение выступает своеобразной защитой пользователя исключительных прав.

Необходимо пояснение, почему нами представляется позиция о защите прав именно пользователя, а не правообладателя. Так как для существования коммерческого обозначения не требуется обязательной регистрации и его отражения в учредительных документах, а срок действия прав не имеет ограничения при правильном использовании, то правообладатель получает широкие возможности для реализации собственных прав при соблюдении всех законодательно закрепленных условий в части возникновения права и признаков охраноспособности обозначения.

Кроме того, часто возникает ситуация, когда все возможные средства индивидуализации юридического лица различаются. На основании изложенного получается, что правообладатель беспрепятственно и неограниченное количество раз может вносить изменения в коммерческое обозначение, ключевым условием остается обладание у обозначения различительной способности и известности на определенной территории. Соответственно требуется указание, как в лицензионном договоре, так и в договоре коммерческой концессии условия, пресекающего злоупотребления правообладателя своими правами и исключение дестабилизации пользователя исключительных прав по договору. Злоупотребление правом может выражаться, например, в передаче прав не в полном объеме и не на все объекты интеллектуальных прав, входящих в комплекс прав, если мы говорим о договоре коммерческой концессии, что напрямую влияет на жизнеспособность договора и корректного отражения предмета, его использования. В.И. Еременко отмечает, что в законодательстве государств с развитым правопорядком и в нормативных актах Европейского союза запрещено вносить ограничительные условия в лицензионные договоры в целях антимонопольного регулирования [182, с.3].

Но тем не менее, если пользователь согласен с изменениями, вносимыми в коммерческое обозначение, и стороны согласовали подобное положение посредством отражения в договоре, дополнительном соглашении, то договор

продолжит свое действие ввиду отсутствия возражений и документальных противоречий. При отсутствии согласования пользователь вправе потребовать расторжения договора, возмещения убытков, соразмерного уменьшения вознаграждения правообладателю.

Некоторые исследователи относят к ответственности условия о последствиях для сторон в случае изменения коммерческого обозначения, прекращение или изменение условий договора коммерческой концессии, учитывая прекращение действия исключительных прав. Так А.Ф. Багдасарян говорит о специфической ответственности при использовании товарными знаками и коммерческими обозначениями [112, с.12-13].

Следует отметить, что права на коммерческое обозначение по рассматриваемому договору возможно передавать только совместно с другими объектами интеллектуальных прав.

О.А. Рузакова считает, что возможно передавать права на коммерческое обозначение посредством данного договору и при отсутствии товарного знака, действующее ограничение в ГК РФ ничем не обусловлено [129, с.351-352]. Считаем, что с указанной точкой зрения возможно согласиться, однако для данного типа договора целесообразно сохранить комплексность передаваемых прав, обязанностей, но не устанавливая жесткой зависимости прав на коммерческое обозначение от передачи прав на другие средства индивидуализации.

Интересен пример из практики правоприменения по договору коммерческой концессии. Так, индивидуальный предприниматель обратился в Арбитражный суд Москвы с иском к ООО «Счастливое детство» о взыскании задолженности по договору коммерческой концессии. Так как правообладатель передал контрагенту комплекс исключительных прав на коммерческое обозначение и ноу-хау, такой договор признан судом незаключенным. По мнению суда необходима комплексная передача прав в составе на средства индивидуализации товаров, услуг или работ, и соответствующая регистрация в Роспатенте (Постановление Девятого ААС от 20 марта 2015 г. № 09-АП-4749/2015-ГК по делу № А40-148222/2014).

Кроме того, одной из главных проблем в рамках договора коммерческой концессии остается проблема установления наличия коммерческого обозначения у субъектов предпринимательской деятельности и доказывания приоритета обозначения [319]. Для минимизации возникновения подобной ситуации и получения положительного решения при судебном разбирательстве, на наш взгляд, достаточно иметь документальные подтверждения использования обозначения, в том числе может помочь и использование возможности регистрации коммерческого обозначения в реестре.

В свою очередь по лицензионному договору допускается передача прав на любой объект интеллектуальных прав, за исключением случаев прямо указанных законом. Так невозможна передача фирменного наименования другому субъекту предпринимательской деятельности посредством любого договора, в том числе и лицензионного договора. Ограничения в ГК РФ содержатся и в отношении коммерческого обозначения, которые мы отмечали ранее.

Поэтому М.А. Верховлетов предполагает возможность передачи для использования другому лицу коммерческого обозначения в рамках лицензионного договора и в нем должно быть прямо указано, какое право для использования передается: размещение на вывесках, товарах, на информационных ресурсах или другим образом [159].

Такое мнение берет начало в дореволюционном законодательстве Российской Империи, где фирма, которая индивидуализировала предприятие, не могла быть самостоятельным предметом сделки [110, с.67].

Учитывая, что в ГК РФ не стоит прямого запрета на передачу исключительных прав на коммерческое обозначение по лицензионному договору, а оба договора тесно связаны, считаем, что права на рассматриваемое обозначение могут передаваться по лицензионному договору совместно с правами на другие средства индивидуализации. Или же в качестве самостоятельного объекта, когда возникает ситуация при первоначальном создании коммерческого обозначения в качестве объекта авторского права – произведения. В таком случае автор вправе предоставить субъекту предпринимательской деятельности право пользования

произведением в качестве средства индивидуализации на конкретный срок и с обязательным указанием территории, если, к примеру, предпринимательская деятельность носит временный характер.

Следует указать, что субъекты предпринимательской деятельности часто неправильно применяют нормы материального права для определения вида и сущности заключаемых договоров.

Может служить показательным следующий пример. Исходя из материалов судебного разбирательства, ООО «БИБИЭЙ ГРУПП», как считают стороны, по договору коммерческой концессии передал комплекс исключительных прав на коммерческое обозначение «INSTAMAT» и программное обеспечение.

Девятый арбитражный апелляционный суд отметил, что договор не является договором коммерческой концессии, так как не была осуществлена его регистрация и он не содержит положений о передаче исключительного права на средства индивидуализации (Постановление Девятого ААС от 22 июля 2016 г. № 09АП-28238/2016-ГК по делу № А40-1580/16).

По нашему мнению, сторонам следовало воспользоваться лицензионным договором на передачу исключительных прав на программное обеспечение (программы ЭВМ – объект авторского права) и сопутствующее коммерческое обозначение.

Представленный нами пример подтверждает, что возможно передавать по лицензионному договору права на коммерческое обозначение, как совместно с иными объектами интеллектуальной собственности, и самостоятельно в качестве объекта авторского права, согласно вышеуказанным доводам. В том числе В.А. Болтнева указывает на необходимость снятия запрета передавать права на коммерческое обозначение по лицензии [115, с.62].

Схожая ситуация возникла при заключении договора коммерческой концессии между ИП О.И. Борблик и АО «Международный аэропорт «Владивосток», в договоре не был определен объем передаваемых прав на коммерческое обозначение и суд отказал в признании такого договора в качестве договора коммерческой концессии несмотря на передачу комплекса прав

на различные объекты интеллектуальной собственности (Определение ВАС РФ от 8 апреля 2013 г. № ВАС-3422/13 «Об отказе в передаче дела в Президиум ВАС РФ»).

Ключевыми выводами по итогам проведенного анализа являются:

- В рамках договора коммерческой концессии исключительные права на коммерческое обозначение допускается передавать пользователю только в составе комплекса исключительных прав (совместно с иными средствами индивидуализации), хотя и существует обратная практика, например, права на коммерческое обозначение «Юридическая компания «Наше дело» передавались как самостоятельный предмет договора (Постановление СИП от 4 декабря 2020 г. № С01-1211/2020 по делу № А82-15139/2019).

- Допускается передача исключительных прав на коммерческое обозначение по лицензионному договору в двух случаях: совместно с иными средствами индивидуализации (наиболее частая ситуация), самостоятельно в качестве объекта авторского, который впоследствии будет переведен в разряд средств индивидуализации.

По итогам рассмотрения актуальных вопросов распоряжения правом на коммерческое обозначение по гражданско-правовым договорам получены следующие выводы в рамках поставленной цели в данном исследовании.

В каждой группе договоров существует тесная взаимосвязь, несмотря на то, что договоры занимают самостоятельное место в системе договоров и являются основанием для запуска механизма возникновения или прекращения правоотношений.

Так, например, договор отчуждения исключительного права на коммерческое обозначение логично заключать совместно с договором продажи предприятия в случае волеизъявления собственника предприятия и правообладателя обозначения о его передаче другому лицу.

Договор коммерческой концессии имеет схожие правовые механизмы регулирования отношений с лицензионным договором, и согласно действующим положениям ГК РФ при непротиворечии правовых норм возникающим

правоотношениям по договору применяются для каждого из договоров по аналогии.

Таким образом, можно предопределить перспективность развития гражданских правоотношений в сфере интеллектуальной собственности и связанной с имущественными комплексами по использованию столь многогранного и гибкого средства индивидуализации предприятия и предпринимательской деятельности. Использование перечисленных нами договоров, а также расширение и дополнение представленных групп позволит более эффективно осуществлять предпринимательство в рамках современных реалий и корректно использовать исследуемое нами обозначение.

3.2 Переход исключительного права на коммерческое обозначение в результате универсального правопреемства

В настоящее время в научных работах мало исследован вопрос о переходе прав на коммерческое обозначение в результате универсального правопреемства, некоторые аспекты рассмотрены В.А. Болтневой [115].

В рамках общих положений в части универсального правопреемства выделяется работа П.П. Баттахова, который отмечает необходимость доработки четвертой части ГК РФ в части полноценного регулирования рассматриваемого вопроса [143, с.20].

В свою очередь З.Р. Ожева и Н.И. Косякова выделяют универсальное правопреемство как производный способ приобретения исключительного права на коммерческое обозначение [235, с.122], что свидетельствует об актуальности исследования данного вопроса.

Учитывая изложенное, считаем необходимым рассмотреть универсальное правопреемство с точки зрения перехода прав на коммерческое обозначение к новому правообладателю.

В качестве видов универсального правопреемства выделяют наследование (в основном предприятия в нашем случае) и реорганизацию юридического лица.

Предприятие выделяется в качестве особого объекта наследования и представляет для целей настоящего исследования наибольший интерес.

Имеются следующие особенности, характерные для наследования предприятий.

Статья 1178 ГК РФ [8] не ограничивает круг наследников. Так, в качестве наследников могут выступать и физические, и юридические лица. При этом желательно наличие статуса субъекта предпринимательской деятельности, так как ранее предприятие использовалось для ведения предпринимательской деятельности.

Преимущественное право наследования при выплате компенсации иным наследникам, не являющимся субъектами предпринимательской деятельности, получает ИП. Как показывает практика, ИП Н.М. Суменков получил преимущественное право наследования на основании обладания соответствующего статуса (Постановление ФАС Поволжского округа от 10 октября 2011 г. № Ф06-8418/2011 по делу № А06-3416/2008).

Если указанное преимущественное право отсутствует у наследников, предприятие будет включено в общую наследственную массу.

При отсутствии статуса ИП или наличия у наследников коммерческой организации предприятие будет унаследовано физическим лицом как имущественный комплекс (Постановление АС Уральского округа от 13 июня 2019 г. № Ф09-2938/19 по делу № А76-25090/2015). В подобном случае при желании продолжения деятельности предприятия возникает потребность либо в приобретении необходимого статуса наследником, либо привлечении стороннего лица для управления предприятием, например, доверительного управляющего [259, с.95]. Аналогичной позиции придерживаются Е.М. Тужилова-Орданская, И.Н. Евтушенко и выделяют возможность заключения договора аренды предприятия физическим лицом [281].

Вместе с тем появилась новая возможность для осуществления предпринимательской деятельности, когда не требуется регистрация в качестве ИП на основании положений части 1 статьи 23 ГК РФ [6]. На наш взгляд, граждане,

осуществляющие предпринимательскую деятельность, но не зарегистрированные в качестве ИП, вправе претендовать на преимущественное право наследования предприятия наравне с коммерческими юридическими лицами и ИП.

Однако в настоящее время суды не признают возможность наличия прав на коммерческое обозначение у физического лица, не зарегистрированного в качестве ИП, в силу норм ГК РФ (Решение СИП от 24 ноября 2018 г. по делу № СИП-122/2018).

Введение возможности наследования предприятия гражданами, ведущими предпринимательскую деятельность, но не зарегистрированными в качестве ИП, способствовало бы обеспечению благоприятных условий осуществления деятельности такими гражданами, что очевидно отвечает целям, заложенным в Едином плане по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года, федеральном проекте «Создание благоприятных условий осуществления деятельности самозанятыми гражданами», национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Возникновение подобного права также будет зависеть от вида деятельности предприятия и состава имущественного комплекса. Если указанные параметры будут позволять дальнейшее осуществление деятельности лица, ведущего предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП на базе наследуемого предприятия без найма сотрудников – единолично, то такой гражданин сможет стать наследником без доверительного управления наследуемым имуществом. Если вид деятельности, состав имущественного комплекса подразумевают работу большого количества людей, то в данном случае будут действовать общие правила и такому гражданину потребуются привлечение доверительного управляющего для обеспечения дальнейшей деятельности предприятия или ему будет необходимо приобрести соответствующий статус.

На необходимость заключения договора доверительного управления для поддержания функционирования предприятия обращает внимание в своем

исследовании Е.А. Ходырева [323], в этом случае неважно, кто являлся ранее владельцем предприятия: ИП, юридическое лицо, физическое лицо.

В исследовании В.А. Болтневой подробно раскрывается ряд проблем, связанных не только с наследованием предприятия, но и исключительными правами в его составе, в частности на коммерческое обозначение [115]. В указанной работе поднимается важный вопрос, что права на коммерческое обозначение могут прекратить свое действие, при наследовании предприятия физическим лицом, так как подобный субъект без статуса ИП не вправе быть правообладателем данного средства индивидуализации. В.А. Болтнева рекомендует приобретать физическим лицам статус субъекта предпринимательской деятельности или отчуждать исключительное право на обозначение [115]. Однако отчуждение также будет затруднительным, так как физическое лицо не сможет распорядиться рассматриваемым средством индивидуализации и соответственно права на него будут утрачены.

Данную проблему возможно минимизировать, если в состав субъектов, имеющих право наследования предприятия в преимущественном порядке с указанной ранее оговоркой, будут введены лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП. Кроме того, Н.М. Фролова допускает возможность наследования физическим лицом не только предприятия, но и прав на коммерческое обозначение совместно с ним [286].

Существует противоположное мнение, так М.А. Верхолетов считает, что для индивидуализации предпринимательской деятельности может использоваться коммерческое обозначение и соответственно права на него не могут наследоваться физическим лицом без какого-либо статуса; для решения подобной проблемы предлагается введение периода, в течение которого физическое лицо должно определиться с получением статуса ИП или стать правообладателем с ограничениями: без права передачи предприятия в пользование другим лицам [163].

Исключительные права на коммерческое обозначение допускается наследовать только в составе предприятия следующим образом:

- по завещанию: информация о коммерческом обозначении должна прямо содержаться в завещании и иных документах наследодателя;

- по наследственному договору: к данному договору применяются общие требования в части гражданско-правовых договоров с учетом положений ГК РФ и общие требования к правилам наследования как по завещанию, что в рамках нашего исследования будет рассматриваться как наследование по завещанию;

- по закону: в данном случае никак не обойтись без документального закрепления права, наличия факта активного использования коммерческого обозначения и соответствия его законодательным требованиям.

Примечательно судебное дело в части, если не установлено наличие прав у наследодателя и в его составе прав на коммерческое обозначение, то последующий переход прав на обозначение будет затруднительным (Постановление Семнадцатого ААС от 4 июня 2015 г. № 17АП-16800/2014-ГК по делу № А60-26445/2014). Следует учитывать, что наследодателем может выступать и ИП, вместе с тем, права на исследуемое обозначение допустимо наследовать только в составе предприятия, на данный факт обращает внимание Е.Г. Куропацкая [213, с.47].

Более эффективному наследованию прав на коммерческое обозначение по закону будет способствовать их регистрация в соответствующем реестре.

Так как коммерческое обозначение достаточно специфическое средство индивидуализации, при наследовании исключительных прав на него в составе предприятия необходимо учитывать следующие особенности:

1) Основное требование – непрерывное использование обозначения в течение года, так как существует правило о безусловном прекращении действия прав на него при неиспользовании в течение указанного срока. Если коммерческое обозначение не использовалось в течение одного года, то любой субъект предпринимательской деятельности вправе воспользоваться освободившимся средством индивидуализации. При наследовании исключительного права на обозначение следует обратить внимание на данный факт, в том числе из-за срока принятия наследства в течение полугода со дня его открытия, а также вероятного

возникновения споров в отношении наследственной массы. Как отмечает Т.В. Записная, сроки моральной амортизации непредсказуемы и поэтому столь важен срок использования объекта интеллектуальных прав [119, с.30].

2) Требуется наличие определенности в отношении дальнейшего существования наследуемого предприятия. Учитывая, что исключительные права на коммерческое обозначение допускается передавать по отдельным договорам и выделять их как самостоятельный предмет, в большинстве случаев средство индивидуализации тесно связано с предприятием и его дальнейшее существование зависит от него, и соответственно целесообразность передачи, отчуждения прав на обозначение третьим лицам. Поддерживается мнение Э.П. Гаврилова [167], что несмотря на неоднозначные формулировки, содержащиеся в Постановлении Пленума ВС РФ от 29 мая 2012 года № 9 [85], исключительные права на коммерческое обозначение наследуются в составе предприятия [259].

3) В.А. Болтнева предлагает при наследовании предприятия использовать и передавать права на коммерческое обозначение для части предприятия [114, с.22]. Использование подобной конструкции нецелесообразно при наследовании предприятия, так как множественность наследников не всегда может быть эффективна для функционирования предприятия.

В редких случаях может существовать вариант, когда наследники и физическое лицо и ИП и юридическое лицо, наследуют предприятие, и соответственно могут продолжать использовать коммерческое обозначение по назначению. При этом необходимо заключение одного из договоров между хозяйствующими субъектами: договора отчуждения исключительного права на коммерческое обозначение, договора простого товарищества, лицензионного договора и прочих. Аналогичной позиции придерживается и Е.А. Янушкевич [137, с.7].

4) Имеется и предложение по ограничению перехода исключительного права на коммерческое обозначения в целях предотвращения смешения с другими средствами индивидуализации, так Е.Д. Орлова предлагает запретить возможность разным лицам быть правообладателями фирменных наименований, товарных

знаков и коммерческих обозначений, если они осуществляют схожую деятельность [127, с.21]. Е.Д. Орлова предполагает возможность перехода прав на указанные выше средства индивидуализации различным субъектам предпринимательской деятельности исключительно, если подобное волеизъявление прежнего правообладателя указано в завещании [127, с.21].

Остается актуальной проблема наследования предприятия физическим лицом, следует учитывать, что физическое лицо может быть собственником предприятия наравне с ИП и юридическими лицами, однако если происходит наследование предприятия, то статус предпринимателя или юридическое лицо не переходят по наследству. И при единоличном ведении деятельности (индивидуальный предприниматель, или лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП) или единоличном правлении юридическим лицом, как правило, субъект предпринимательской деятельности фактически прекращает свое существование со смертью физического лица.

Вероятность получения статуса ИП наследником предприятия, или возможность вхождения его в управляющие органы юридического лица, с последующей передачей ему прав достаточно мала (Постановление АС кассационной инстанции ФАС Поволжского округа от 10 октября 2011 г. № Ф06-8418/2011 по делу № А06-3416/2008). Однако при использовании такой возможности необходимо уделять надлежащее внимание сохранению прав и их реализации на коммерческое обозначение, обычно данный вопрос занимает не первостепенное место в период принятия наследственной массы.

В таком случае заслуживает внимание использование доверительного управления имуществом и исключительными правами профессиональными субъектами, что в свою очередь отмечает и Е.А. Янушкевич [138, с.58]. Необходимо понимать, что доверительное управление может быть учреждено только по решению собственника или сособственников (Апелляционное определение ВС Республики Северная Осетия-Алания от 18 февраля 2015 г. № А33-70/15), то есть важен факт принятия наследства и вступления в права.

Учитывая изложенное, подтверждаем необходимость преимущественного наследования предприятия и входящего в его состав исключительного права на коммерческое обозначение субъектами предпринимательской деятельности, в том числе лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, в случае, если состав предприятия и характер осуществляемой с его помощью деятельности позволяет подобному субъекту продолжить ведение деятельности без привлечения сторонних лиц, то есть единолично.

Для реализации данного вывода считаем необходимым закрепить соответствующие положения в статье 1178 ГК РФ [8], содержащие основные условия:

- при наследовании предприятия (имущественного комплекса) или его доли преимущественное право наследования имеют ИП, коммерческие организации [259, с.96], лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП;

- лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, имеют преимущественное право наследования предприятия или доли в случае, если состав предприятия и характер его деятельности позволяют гражданину продолжить предпринимательскую деятельность единолично;

- управление предприятием должно осуществляться доверительным управляющим при наследовании предприятия физическим лицом без статуса ИП;

- наследственная масса становится общей долевой собственностью наследников (распределяется по долям, если иной порядок не отражен в соглашении между наследниками), если у наследников отсутствует преимущественное право на получение наследства или такой наследник не воспользовался им.

Мало исследован вопрос в отношении положения прав на коммерческое обозначение при осуществлении реорганизации юридического лица, которая так

же является одним из видов универсального правопреемства. Правовое регулирование в данном направлении осуществляется по общим основаниям.

Существенным нюансом при реорганизации юридического лица является порядок перехода прав на соответствующие средства индивидуализации. Так, судом был установлен факт наличия словесного коммерческого обозначения «КТБНИИЖБ» у правопродшественника ответчика, однако в ходе реорганизации права на средство индивидуализации приемнику не перешли, несмотря на вхождение обозначения в состав его действующего фирменного наименования (Постановление СИП от 20 февраля 2015 г. № С01-32/2015 по делу № А40-30994/2014).

Для того чтобы осуществить передачу прав новому лицу на коммерческое обозначение необходимо [259, с.97]:

- указать сведения об объекте и его правах в балансовой ведомости организации;
- провести инвентаризацию и определить ценность обозначения.

Порядок проведения инвентаризации и требования о проверке указанных документов закреплены в пункте 3.8 соответствующего Приказа Минфина РФ [48]. Инвентаризация юридическим лицом должна осуществляться на систематической основе и в обязательном порядке перед проведением реорганизации лица, в целях сохранения не только материальных, но и нематериальных объектов и определения их реальной стоимости.

Для коммерческого обозначения должны быть сформированы документы, подтверждающие его соответствие требованиям статей 1538–1541 ГК РФ [9], само обозначение и права на него необходимо отражать в балансовой ведомости, а также учтены при инвентаризации. В случае отсутствия подобного документального подтверждения передача прав на исследуемое обозначение и установление его принадлежности первоначальной организации будет невозможна в рамках процесса реорганизации.

В части бухгалтерского учета нематериальных активов юридические лица обязаны руководствоваться Положением об учете нематериальных активов [49]

для всех случаев универсального правопреемства и процесса учета в целом. Таким образом, чтобы коммерческое обозначение было принято на учет в качестве нематериального актива, требуется соблюдение следующих условий:

- обозначение должно приносить организации экономическую выгоду в будущем;
- организация имеет право на получение соответствующих экономических выгод (то есть обладает всеми надлежаще оформленными документами, в отношении коммерческих обозначений, в частности, заключены соответствующие гражданско-правовые договоры, посредством которых передано обозначение в пользу организации, которая проводит учет), контроль над объектом – ограничение доступа к нему сторонним лицам;
- коммерческое обозначение должно быть отделимо от других активов и может быть идентифицируемым;
- объект предназначен для длительного использования (коммерческое обозначение, как нам известно, обладает практически бессрочным действием);
- организация не предполагает продажу индивидуализируемого предприятия или бизнеса, или отчуждение исключительного права на исследуемое обозначение в течение года или операционного цикла;
- стоимость коммерческого обозначения может быть достоверно определена [49].

В настоящее время реорганизация признается наиболее распространенной процедурой, которая применяется юридическими лицами повсеместно вне зависимости от организационных форм. В том числе ее основной задачей является изменение субъектного состава существующих гражданских правоотношений [102, с.20].

Ранее в работе отмечалось отсутствие легальных понятий коммерческого обозначения и предприятия, но и понятие реорганизации юридического лица в российском законодательстве не содержится, на что обращает внимание П.А. Марков [220].

Справедлива точка зрения П.А. Маркова [102, с.13] о том, что для понимания данного процесса следует опираться на цели, для которых он осуществляется. Целями могут выступать: стимулирование деятельности организации и привлечение новых партнеров, объединение активов организаций, улучшение системы управления и прочие [259, с.98].

Процедуры реорганизации юридических лиц проводятся достаточно часто, что видно на основании данных, представляемых Федеральной налоговой службой ежемесячно [330], так в ЕГРЮЛ (данные на 1 января 2021 года) содержатся сведения о:

- 77 243 юридических лицах, которые созданы в результате реорганизации;
- 628 457 юридических лицах, которые прекратили деятельность в результате реорганизации;
- 14 415 юридических лицах, которые находятся на стадии реорганизации.

Одной из важных особенностей процесса реорганизации юридического лица перед обязательной государственной регистрацией является оформление правоустанавливающих документов: разделительного баланса (для разделения или выделения), передаточного акта (для слияний, присоединений, преобразований).

Ю.А. Крылова отмечает, что объем (состав) передаваемого имущества, обязательств и прав будет различным на момент составления и утверждения передаточного акта или разделительного баланса. Временной же промежуток между составлением и утверждением указанных документов нигде не установлен [209, с.104-105].

При проведении реорганизации юридического лица необходимо подготавливать следующие документы (от их правильного содержания будет зависеть и судьба исключительных прав, в нашем случае на коммерческое обозначение):

- Решение общего собрания (утверждается протоколом).
- Соглашение о проведении реорганизации.
- Письменные уведомления кредиторов и контрагентов.

- Организационные акты: передаточный акт или разделительный баланс.

Указанный перечень приводится с учетом рекомендаций Н.Н. Костюченко [206].

Для целей данного исследования представляют интерес следующие этапы, важные для определения судьбы коммерческого обозначения по итогам реорганизации:

- Инвентаризация активов организации (материальных и нематериальных);
- Подготовка документов для целей реорганизации.

Также целесообразно определить, какому из юридических лиц и в каком объеме будут принадлежать исключительные права, в том числе и коммерческое обозначение, в частности, будет ли оно использоваться для индивидуализации предприятия нового юридического лица, его филиалов или представительств (если таковые имеются), необходимо ли будет заключать дополнительные договоры для передачи исключительного права на исследуемое обозначение. Например, П.П. Баттахов [143, с.21] допускает возможность частичной передачи прав и обязанностей при реорганизации юридического лица.

В результате реорганизации в форме выделения или разделения, необязательно коммерческое обозначение или иные средства индивидуализации будут принадлежать всем организациям. Организация правообладатель вправе использовать обозначение самостоятельно или прекратить вообще его использование без передачи прав другим лицам. Это следует учитывать судам при принятии решения, а не применять правило об автоматическом переходе всех активов, а равно и при других формах реорганизации о безусловном наличии прав на коммерческое обозначение у правопреемника. Судом сделан самостоятельный вывод без учета документальных доказательств о наличии прав у правопреемника, данное решение в последствии отменено (Постановление Девятого ААС от 10 октября 2014 г. № 09АП-37360/2014-ГК по делу № А40-30994/14).

Важно отметить возможность определения долей правообладателей на объекты интеллектуальных прав, включая коммерческое обозначение реорганизуемой организации. Данный вариант прямо не предусмотрен в ГК РФ,

однако видится целесообразным. Как отмечает В.О. Калятин, реализация подобной возможности доступна исключительно в рамках заключения гражданско-правового договора; требуется внесение изменений в ГК РФ в целях прямого закрепления соответствующей нормы [194].

В исследованиях не рассматриваются вопросы, касающиеся коммерческого обозначения при его выбытии как нематериального актива, например, при реорганизации обществ в форме выделения. Предлагается использовать аналогичное правило, применяемое к основным активам обществ, что при выбытии актива, получении дохода или убытка от его списания должно относиться к тому лицу, у которого он находился в соответствии с разделительным балансом, отнесение к другому обществу не допустимо [271, с.71]. Но в случае, если сведения в разделительный баланс не попали, права или обязательства должны считаться принадлежащими лицу, из которого произошло выделение [209, с.106].

Отмечается риск при осуществлении реорганизации юридического лица, если должным образом не уделять внимания использованию коммерческого обозначения, права на него могут прекратить свое действие. Как правило, процесс реорганизации занимает длительное время, и не все организации в этот период продолжают осуществление своей деятельности, поэтому при несоблюдении требования о непрерывном использовании обозначения право на него может автоматически прекратиться. Поэтому субъектам предпринимательской деятельности рекомендуется все-таки продолжать использование рассматриваемого средства индивидуализации, либо принять меры для передачи или отчуждения права посредством одного из возможных гражданско-правовых договоров.

Указанным вопросам на практике не уделяется должное внимание, так как права на исследуемое обозначение не регистрируются специальным образом (однако следует учесть, что они могут быть зарегистрированы в дальнейшем в Цифровом реестре, который подробно рассматривается в параграфе 3.3 настоящего исследования).

Помимо указанных нами мероприятий в отношении инвентаризации имущества и имущественных прав предприятий, юридических лиц, необходимости отражения прав на нематериальные активы в балансе организации, в передаточном акте или разделительном балансе следует обратить внимание на возможность проведения оценки нематериальных активов.

Профессиональная оценка активов может быть использована и при заключении гражданско-правовых договоров о совместной деятельности, в целях объективного определения стоимости вносимого нематериального вклада для ведения деятельности.

Оценка активов субъектов предпринимательской деятельности должна проводиться в соответствии с положениями Федерального закона № 135-ФЗ (об оценочной деятельности) [19], вопросы оценки нематериальных активов соответственно регламентированы ФСО № 11 [50].

Но следует иметь в виду, что наиболее общая методика проведения оценки, как справедливо отмечает О.В. Новосельцев [234, с.28], не может учитывать конкретные особенности в каждом случае. Несмотря на это, целесообразно придерживаться следующего алгоритма оценки (порядка документальной экспертизы): объект (в нашем случае коммерческое обозначение и иные средства индивидуализации); учредительные документы и договоры; документы, подтверждающие права на коммерческое обозначение (и иные объекты); оценка стоимости обозначения (и иных объектов); проверка первичной бухгалтерской документации по принятию обозначения (и иных объектов) на учет в качестве нематериальных активов [234, с.26].

В результате проведенного исследования получен вывод: учет, использование и передача исключительных прав на коммерческое обозначение представляют трудоемкий процесс при наследовании предприятий или реорганизации юридических лиц. Для сохранения указанных прав необходимо обязательное проведение инвентаризации, отражение информации об объекте и его стоимости в балансовой ведомости организации, в случае реорганизации - фиксирование данных о передаваемом коммерческом обозначении в передаточном

акте или разделительном балансе, дополнительно проработывать вопрос о заключении договоров (если имеется потребность).

Обозначенные нами предложения в части предоставления преимущественного права наследования предприятия и совместно с ним исключительных прав на коммерческое обозначение гражданам, которые осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, позволят минимизировать риск утраты рассматриваемого средства индивидуализации. Предлагаемый порядок действий по закреплению прав на обозначение в результате реорганизации аналогичным образом будет способствовать сохранению исходного объекта интеллектуальных прав у нового правообладателя.

3.3 Особенности охраны и защиты исключительного права на коммерческое обозначение

Охрана и защита исключительных прав на коммерческое обозначение является актуальным вопросом в силу увеличения случаев использования его субъектами предпринимательской деятельности. Однако в отношении данного средства индивидуализации в научных исследованиях вопрос малоизучен.

Задачей в рамках настоящего исследования является рассмотрение вопроса в рамках теории и практики охраны и защиты исключительных прав коммерческого обозначения.

В первую очередь охрана тех или иных прав, объектов гражданского оборота предоставляется в силу закона. Так, охрана интеллектуальной собственности провозглашается в статье 44 Конституции РФ [1]. Важность достаточной охраны и защиты объектов интеллектуальной собственности также отметил Д.А. Медведев на заседании президиума Совета по модернизации экономики инновационному развитию России [327].

Отметим составляющие процесса охраны исключительных прав на исследуемое обозначение:

1) Правовое регулирование положения коммерческого обозначения и прав на него посредством закрепления определенных норм в ГК РФ. Таким образом, законодательно обусловлено существование объекта, прав на него и предоставление возможности правообладателю использовать в случае необходимости охранные и защитные механизмы.

2) Непосредственное осуществление действий со стороны правообладателя по охране прав на рассматриваемое обозначение в рамках действующих положений ГК РФ.

Соответственно, охрана представляет собой правовое закрепление объекта и возникающих гражданских отношений при реализации прав на него, а также комплекс охранных механизмов, которые призваны предупредить и предотвратить нарушение законных прав на коммерческое обозначение, и необходимость их использования правообладателем. Схожего мнения в своем исследовании придерживается З.Р. Ожева [126, с.29].

Необходимо отметить, что все отраслевые принципы, установленные для охраны средств индивидуализации и все принципы, относящиеся к промышленной собственности, в равной мере действуют для охраны прав на коммерческое обозначение (равенство всех субъектов гражданского права; свобода договора и так далее). К указанному выводу подталкивает исследование О.А. Городова [95].

Возможно разделить охранные мероприятия на несколько уровней:

Уровень 1 – охрана интеллектуальных прав (личных неимущественных и исключительных прав) на коммерческое обозначение в силу закона – декларация прав.

Уровень 2 – выполнение первичных охранных мероприятий для введения коммерческого обозначения в гражданский оборот (признаки охраноспособности и условия возникновения прав на обозначение).

Уровень 3 – добровольное выполнение дополнительных охранных мероприятий для предупреждения незаконных действий со стороны третьих лиц.

Основные нормативные акты, регулирующие вопросы охраны прав на рассматриваемое средство индивидуализации:

- Конституция РФ [1];
- ГК РФ (часть четвертая) [9];
- Федеральный закон № 135-ФЗ [20];
- Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) [12].

Для того чтобы возникла охрана прав на коммерческое обозначение при его введении в гражданский оборот, необходимо соблюдать все законодательно обусловленные требования, предъявляемые к наличию основных признаков охраноспособности у обозначения и соответственно соблюдать условия возникновения прав на него, рассмотренные ранее в настоящем диссертационном исследовании.

Представляется характеристика признаков коммерческих обозначений с точки зрения охраны.

Достаточная различительная способность – это своего рода уникальность, которая позволит избежать в дальнейшем споров с другими предпринимателями (Решение СИП от 24 января 2017 г. по делу № СИП-581/2016).

Территориальная определенность – локальность ведения предпринимательской деятельности (Определение ВС РФ от 1 августа 2019 г. № 308-ЭС-11935 по делу № А32-53611/2017), которая позволяет наиболее корректно идентифицировать предприятие, предпринимательскую деятельность конкретного юридического лица или ИП, их объединений, граждан, которые осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП (Постановление СИП от 15 сентября 2017 г. № С01-591/2015 по делу № А04-7189/2014).

Известность на определенной территории может быть двух типов: положительная (способствующая повышению спроса на товары, работы, услуги) и отрицательная (понижение указанного спроса). Известность при упоминании коммерческого обозначения — это возникновение ассоциации у потребителя с качеством товаров, работ, услуг, что позволяет подтвердить репутацию

предприятия, организации или предпринимателя в конкретной сфере (Решение СИП от 15 ноября 2018 г. по делу № СИП-317/2017).

Данные признаки выделяются В.В. Старженецким в качестве основных критериев разграничения средств индивидуализации при возникновении споров, в том числе необходимо определение однородности товаров, услуг [273, с.248].

Так реализуются на практике охранные мероприятия, относящиеся ко второму уровню, то есть различительные особенности (своего рода уникальность и неповторимость обозначения), известность и законность приобретения прав на обозначение являются первичными элементами, благодаря которым обозначение можно признать коммерческим и права на него станут охраняться в силу закона (Решение СИП от 24 января 2018 г. по делу № СИП-581/2016). Кроме того, четкое соблюдение требований, предъявляемых законом, в дальнейшем позволяет минимизировать противоправные действия третьих лиц.

Третий уровень охранных мероприятий в настоящее время мало исследован российскими учеными, а субъекты предпринимательской деятельности практически не осведомлены о наличии дополнительных возможностей.

Действующее законодательство не закрепляет обязательной регистрации коммерческого обозначения, при ее отсутствии возникает большое количество споров, которые помог бы уменьшить официальный реестр (Постановление СИП от 28 июля 2021 г. по делу № А11-7167/2020; Определение ВС РФ от 17 августа 2021 г. № 305-ЭС21-14306; Постановление СИП от 23 марта 2020 г. по делу № А27-90/2019; Постановление СИП от 13 января 2020 г. по делу № А27-6034/2019).

Проблема отсутствия государственной регистрации обозначения неоднократно освещалась многими учеными и практиками, например, Т.Г. Ключун [120, с.92], Е.А. Кондратьевой [101, с.106-115], А.И. Кандауровым [195, с.115], М.А. Алексеевой [140]. О.Н. Никонорова считает, что регистрация договора коммерческой концессии – это возможный шаг законодателя к регистрации прав на рассматриваемое обозначение [232, с.111].

Однако не все придерживаются мнения о необходимости введения регистрации обозначения. Так, В.В. Старженецкий выступает против ужесточения требований [273, с.248]. З.Р. Ожева и Н.И. Косякова обращают внимание, что добровольная регистрация может влиять на принятие решения судами, когда при рассмотрении дел они будут ориентироваться на наличие регистрации. В силу того, что коммерческое обозначение не должно получать известность в отношении всей территории Российской Федерации, то факт его первоначального использования достаточно зафиксировать нотариально [235, с.126]. В.И. Еременко выделяет отсутствие регистрации коммерческих обозначений как особенность данного средства индивидуализации [183, с.3].

В настоящее время появляются отдельные добровольные реестры, предлагающие путем внесения в них обозначения закрепить права на него, например, такие услуги оказывает патентный поверенный А.Д. Кудakov. Федеральная служба интеллектуальной собственности выпустила Информационное письмо [331], предостерегающее субъектов предпринимательской деятельности при обращении за услугами патентного поверенного А.Д. Кудакowa [343], владельца сайта www.reestrko.ru, на котором размещен соответствующий «Реестр российских коммерческих обозначений». Существование данного реестра может носить лишь информационную нагрузку и основания, приводимые создателем реестра, идут в разрез с действующими положениями гражданского законодательства. Федеральная служба интеллектуальной собственности указала на незаконность данного реестра. Однако отметим, что реестр существует достаточно долгое время и содержит большое количество обозначений [344]. Указанный факт говорит лишь о назревшей потребности в регистрации и закреплении ее в ГК РФ [9].

Так же существуют добровольные негосударственные реестры коммерческих обозначений, ведением которых занимаются Торгово-промышленные палаты. Например, Московская торгово-промышленная палата (далее – МТПП) осуществляет ведение Реестра коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы [345] (далее – Реестр)

на основании пунктов ж) и н) пункта 1 статьи 12 Закона РФ № 5340-1 [32], статей 4 и 6 Закона города Москвы «О МТПП» [38], Устава Союза «Московская торгово-промышленная палата», утв. Учредительным съездом МТПП 12 декабря 1991 г. [52], Положения о ведении реестра коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы (приложение 5), утв. Решением Правления МТПП от 2 ноября 2016 г. № 4-4 [53].

С 1 апреля 2012 года МТПП ведет указанный реестр, который до октября 2016 года практически не пользовался спросом у субъектов предпринимательской деятельности, по данным, размещенным на официальном сайте МТПП, в качестве зарегистрированных значились только четыре правообладателя: ООО «Партнер», ООО «Скиф-Карго», ООО «Межрегиональный специализированный почтовый центр» и индивидуальный предприниматель В.В. Воронежцева с графическим коммерческим обозначением «Школа друзей».

В результате проведенной совместной работы с МТПП доработано Положение о ведении Реестра и осуществлена проработка новой концепции ведения деятельности по регистрации обозначений.

Аналогичный реестр ведется многими торгово-промышленными палатами, Торгово-промышленная палата Российской Федерации заявляет о его ведении. Однако, в отношении Амурской торгово-промышленной палаты Суд по интеллектуальным правам принял решение, что выданное свидетельство правового значения (Постановление СИП от 22 сентября 2015 г. по делу № А04-7189/2014).

Такое судебное решение вполне справедливо, в ГК РФ отсутствуют требования по регистрации коммерческого обозначения, его основным преимуществом перед другими средствами индивидуализации является оперативное введение в гражданский оборот посредством фактического использования.

Также положительными аспектами отсутствия обязательной государственной регистрации коммерческого обозначения является отсутствие ограничений по материальному воплощению обозначения, соответственно

его быстро можно изменять и заменять; автоматическое прекращение действия прав на обозначение при его неиспользовании более года, свободное распоряжение правом без дополнительной регистрации договоров, гибкость правовых норм (факт использования и введения обозначения в гражданский оборот возможно доказывать любыми законными способами).

Вместе с тем отсутствие государственной добровольной или обязательной регистрации коммерческого обозначения имеет и отрицательную сторону: проблемы в установлении территории известности, момента возникновения и прекращения права на обозначение, смешение и схожесть обозначений с другими им подобными или средствами индивидуализации участников гражданских правоотношений, отсутствие единого ресурса, где могла бы содержаться исчерпывающая информация о существующих коммерческих обозначениях, сложность доказывания старшинства права, множество судебных споров из-за нарушения прав на средства индивидуализации и коммерческое обозначение в частности.

Учитывая вышеизложенное, имеется необходимость введения процедуры регистрации исключительного права на коммерческое обозначение для определения конкретного субъекта правообладателя на определенной территории. Данный вопрос актуален, так как несмотря на создание Федеральным институтом промышленной собственности государственной информационной системы «Интеллектуальная система экспертизы средств индивидуализации», остается проблема смешения средств индивидуализации и отсутствия взаимосвязи информационной системы в отношении всех средств индивидуализации. Данная система рассчитана на участие человека в процессе регистрации и исключительно в отношении товарных знаков, знаков обслуживания, общеизвестных товарных знаков, наименований мест происхождения товаров, промышленных образцов. Однако, коммерческое обозначение в перечень анализируемых объектов с помощью указанной информационной системы не попадает.

Существуют несколько вариантов регистрации коммерческого обозначения:

1) Проведение процедуры регистрации региональными Торгово-промышленными палатами с обязательной интеграцией реестров с единым реестром Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

Данный вариант имеет следующие преимущества: ведение реестров региональными торгово-промышленными палатами уже налажено, палаты имеют возможность привлечения сотрудников для осуществления минимальных проверок коммерческих обозначений (текстовых, звуковых, изобразительных, световых) на соответствие законодательным требованиям. Также региональные торгово-промышленные палаты смогут оказывать юридическую поддержку субъектам предпринимательской деятельности, будет соблюден и территориальный принцип предоставления охраны рассматриваемому средству индивидуализации, а также регистрация не будет замкнута на одном органе, что позволит избежать его перегрузки.

2) Возможно отражение сведений о коммерческих обозначениях в ЕГРЮЛ и ЕГРИП [341]. Для данных целей представляет интерес практика охраны так называемых коммерческих обозначений во Франции.

Для устранения вероятности спорных ситуаций на официальном сайте канцелярий Торговых судов размещено обширное разъяснение об охране так называемых фирменных наименований, где раскрываются особенности неразрывного взаимодействия их с коммерческими обозначениями [362]. Ведь и во Франции эти два средства индивидуализации могут быть различными у одного и того же предпринимателя.

Главное условие во Франции – выбор обозначения, наличие у него различительных признаков, соблюдение прав иных субъектов предпринимательской деятельности.

Ярким примером может служить решение Верховного суда Франции по кассационной жалобе от 29 января 2013 года, где сторонами в процессе выступали общество Google France, общество Google Inc. и общество Cobrason.

Изначально в мае 2011 года суд рассмотрел спорные вопросы относительно размещения рекламы, сопряженной с недобросовестной конкуренцией, между

обществом Cobrason и обществом Solutions, имеющим фактическое коммерческое обозначение Home Ciné. Cobrason обнаружили введение потребителей в заблуждение при тождественности реализуемых Hi-Fi технологий и онлайн видео услуг, в результате введения запроса в поисковой системе Google.

Судом установлены факты размещения ложной информации посредством автоматического сервиса Google Adwords, который представлял ссылку на общество Solutions, не имеющего сотрудничества, вместо вышеобозначенного Cobrason. В результате чего Google должен был возместить ущерб.

Дальнейшее развитие дело приобрело тогда, когда Верховный суд рассматривал кассационную жалобу, связанную с доменными именами и техническими процессами, и указал на то, что предприятиями участниками используется различное обозначение (условно принимаемое за коммерческое) для индивидуализации интернет-сайтов, и исключается введение в заблуждение потребителей при правомерной рекламной кампании. Таким образом, суд не обнаружил смешения коммерческих обозначений предприятия, на что указывало общество Cobrason [91].

Торговые суды Франции рекомендуют в целях исключения возникновения судебных споров осуществлять предварительный поиск обозначений, наименований посредством специальной базы, которая предоставляет возможность ознакомиться с существующими зарегистрированными знаками, наименованиями организаций и предприятий, оценить целесообразность использования аналогичного обозначения. По результатам проведения поиска, если будет обнаружено тождество или сходства желаемого к использованию обозначения с уже существующими, необходимо выбрать иное обозначение.

Учитывая, что коммерческое обозначение известно в определенной сфере на конкретной территории, Торговые суды рекомендуют проверять отличия обозначений по сфере деятельности, территории ее осуществления, контингенту потребителей [267, с.20].

Обозначенный поиск во Франции осуществляется по базам Национального института интеллектуальной собственности и Реестра коммерсантов и обществ.

Для нас представляют интерес именно варианты открытого поиска фирменных наименований и коммерческих обозначений [363]:

- *Поиск предприятия.* Для этого необходимо ввести обозначение, сферу деятельности, место ее осуществления и тип предприятия. Существует критерий отбора недействующих предприятий и второстепенных, по типу филиалов. Именно в этом случае получается прямой поиск коммерческого обозначения.

- *Поиск по руководству.* В данном случае достаточно ввести фамилию и имя, дату рождения лица, зарегистрированного в Реестре коммерсантов и обществ в качестве управляющего органа, руководителя, администрации, товарища/компаньона или члена организации.

- *Поиск из перечня предприятий.* Предоставляется возможность поиска: ликвидированных предприятий, находящихся на стадии ликвидации, а также по различным налоговым и бухгалтерским параметрам.

- *Поиск информации.* Такой поиск представляет также научный интерес, так как о некоторых предприятиях, возможно, найти статьи, видео, различные официальные документы и так далее. Это представляет принцип открытости ведения бизнеса, а также поиска данных, подтверждающих использование коммерческих обозначений, которые во Франции, как и в Российской Федерации не подлежат обязательной регистрации.

Ввиду более узкого понимания коммерческого обозначения во Франции, преимущественно только в качестве коммерческой вывески, а также отсутствия правового регулирования данного вопроса, считаем необходимым обратить внимание, что единственным охранным механизмом является предварительный поиск обозначения, а уже потом осуществление судебной защиты. Подобная защита осуществляется по аналогии с регистрируемыми средствами индивидуализации.

Отметим, что в Российской Федерации следует использовать французский опыт в части осуществления предварительного поиска обозначений. Данная практика позволит снизить количество судебных разбирательств и будет являться весомым дополнением к процедуре регистрации прав на исследуемое средство

индивидуализации [267, с.20]. Предварительный поиск может быть реализован в Российской Федерации на базе реестров Федеральной налоговой службы.

Необходимо учесть, что для корректного обеспечения данного поиска в случае изменения коммерческого обозначения придется вносить изменения в ЕГРЮЛ, ЕГРИП для конкретного субъекта предпринимательской деятельности [263, с.64]. Кроме того, подобная поисковая система позволит иметь базу исключительно коммерческих обозначений в словесной (текстовой) форме.

В условиях цифровизации данный вариант следует реализовать в следующем ключе: субъектам предпринимательской деятельности необходимо размещать коммерческие обозначения на собственных web-сайтах в специальном структурированном разделе, с помощью возможностей искусственного интеллекта доступно организовать аналитический сбор коммерческих обозначений в едином реестре в сети «Интернет», обновлять информацию в режиме реального времени. Однако подобный реестр будет носить номинальную роль, контроль за соответствием коммерческих обозначений требованиям действующего законодательства при простом сборе сведений организовать будет проблематично.

Отметим, что М.А. Верхолетов в своем исследовании для целей открытости и прозрачности, исключения возможности существования одновременно схожих коммерческих обозначений и товарных знаков, предлагает по примеру открытого ЕГРЮЛ, где размещаются фирменные наименования, обеспечить открытость реестра товарных знаков [162, с.84].

По нашему мнению, наиболее приемлемым вариантом регистрации коммерческих обозначений является вариант использования цифрового реестра, посредством которого будет осуществляться полноценная автоматизация всех процессов в сети «Интернет» в режиме реального времени. Цифровой реестр должен позволять субъектам предпринимательской деятельности реализовывать декларацию принадлежности им коммерческого обозначения согласно законодательным требованиям [263].

Специальная цифровая площадка в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» должна представлять собой единый ресурс:

1) Субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно вносят обозначения в цифровой реестр.

2) Проверка коммерческих обозначений на соответствие законодательным требованиям осуществляется посредством функционала цифровой площадки.

3) Должна быть обеспечена интеграция цифровой площадки (реестра коммерческих обозначений) с реестрами Федеральной службы в сфере интеллектуальной собственности, крупнейшими регистраторами доменных имен, Федеральной налоговой службы (ЕГРЮЛ, ЕГРИП).

4) С помощью искусственного интеллекта на цифровой площадке (цифровой реестр коммерческих обозначений) должна быть организована проверка вновь вносимых обозначений с уже зарегистрированными, а также проверка на отсутствие смешения с зарегистрированными товарными знаками, знаками обслуживания, общеизвестными товарными знаками по соответствующей сфере деятельности (если сфера различается, то смешение маловероятно, подобного мнения придерживается Т.Г. Ключун [120, с.61-62]), доменными именами и фирменными наименованиями.

Данная возможность позволит повысить охраноспособность исключительных прав на коммерческие обозначения. В настоящий момент при отсутствии государственной регистрации данного средства индивидуализации Л.И. Поландова, Н.Е. Воробьева отмечают риски регистрации схожих товарных знаков и сомнительность правомочий на коммерческое обозначение [241, с.5-6], М.Е. Бобров предлагает проведение разграничения обозначения с товарными знаками, говорит о проблемах смешения средств индивидуализации [113, с.11].

5) На цифровой площадке (цифровой реестр коммерческих обозначений) должно быть обеспечено информирование пользователей (субъектов предпринимательской деятельности) о возможном смешении обозначений, нарушении прав в случае их использования в практической деятельности, с указанием информации о субъектах правообладателях вновь вносимого обозначения и уже зарегистрированного обозначения, данных для связи и урегулирования споров в досудебном порядке в случае их возникновения.

б) Отказ в регистрации обозначения будет проводиться в автоматизированном порядке с указанием причин отказа, соответствующих реквизитов средств индивидуализации, доменных имен, на которые в случае одобрения регистрации или продолжения использования коммерческого обозначения могут быть нарушены права.

7) С помощью цифровой площадки (цифрового реестра коммерческого обозначения) будет реализовываться возможность точного определения территории, в пределах которой коммерческое обозначение используется (также благодаря введению геотегов) и степени территории известности обозначения (подробнее в Приложении к настоящему диссертационному исследованию), определения момента возникновения и прекращения права с сохранением регистрационных записей в статусе «право прекращено».

Для подтверждения факта использования можно будет ввести систему отчетов или автоматизированного сбора данных, размещенных в открытом доступе в сети «Интернет».

Наличие цифрового реестра коммерческих обозначений важно в целях регулирования сосуществования нескольких схожих обозначений, которые используются субъектами предпринимательской деятельности на различных территориях. Так как, например, в рамках судебных разбирательств, если обозначения существуют на различных, не соприкасающихся территориях, то в иске о прекращении использования данного средства индивидуализации будет отказано [81].

Таким образом, в рамках цифровизации предлагаем регистрировать исключительные права на коммерческое обозначение посредством использования специальной цифровой площадки, и регулирования большинства вопросов с помощью искусственного интеллекта, интеграции различных реестров. Курирование цифровой площадки целесообразно поручить Торгово-промышленной палате Российской Федерации, которая в настоящее время проводит упрощенную добровольную регистрацию коммерческих обозначений. Регистрация должна быть запущена в рамках проведения пилотного проекта,

в случае его успешности можно будет говорить об обязательной регистрации обозначений в цифровом реестре и внесении соответствующих изменений в ГК РФ [9].

На период проведения указанного пилотного проекта предоставление охраны зарегистрированным коммерческим обозначениям и обозначениям без регистрации должно осуществляться на равных условиях, органы в сфере интеллектуальной собственности, судебные органы не должны допускать формирование практики, когда предпочтение отдается зарегистрированным объектам интеллектуальных прав.

Для целей проведения пилотного проекта по регистрации исключительных прав на исследуемое обозначение разработан проект основных положений Регламента ведения цифрового реестра коммерческих обозначений (приложение 1 к настоящему исследованию).

Значение цифрового реестра коммерческих обозначений и процедуры регистрации прав на него:

- публичное предоставление сведений для ознакомления неограниченному кругу лиц;
- введение единого способа оценки соответствия обозначений законодательным требованиям;
- реализация автоматизированной проверки обозначений на отсутствие смешения или нарушения прав на все средства индивидуализации, доменные имена;
- фиксация моментов возникновения и прекращения права на коммерческое обозначение;
- создание условий для разрешения споров в досудебном порядке, а также первичное пресечение, информационное предупреждение возможных нарушений (контроль нарушений до их осуществления);
- информация, содержащаяся в цифровом реестре после введения обязательной регистрации, может быть использована в суде в качестве средства доказывания старшинства права.

Существует риск выявления большого количества нарушений прав, смешения средств индивидуализации, доменных имен по мере введения процедуры регистрации коммерческих обозначений, часть из них благодаря цифровой платформе сможет быть решена в досудебном порядке. Для оставшейся части в целях минимизации единовременного поступления большого количества исков в суды введение обязательной регистрации рекомендуется проводить поэтапно.

Защита исключительных прав на коммерческое обозначение – это реализация комплекса мер при нарушении прав и законных интересов правообладателя, предусмотренных нормами гражданского законодательства. В отношении защиты З.Р. Ожева высказывает аналогичное мнение в своем диссертационном исследовании [125, с.29].

Принято различать следующие формы защиты прав, которые возможно применять для коммерческого обозначения, в том числе юрисдикционные и неюрисдикционные.

Юрисдикционная форма подразумевает взаимодействие с государственными органами в судебном и внесудебном порядке.

Правообладатели коммерческого обозначения с 2015 года получили возможность использования административного способа защиты прав (во внесудебном порядке) [20] на данное средство индивидуализации путем обращения в антимонопольный орган.

Неюрисдикционная форма — это осуществление правообладателем самостоятельной защиты исключительного права на коммерческое обозначение с использованием всех доступных по закону способов [9].

Однако следует учитывать, по мнению Д.А. Дозорцева [96] и М.А. Рожковой [248, с.122], что для защиты исключительных прав нельзя использовать вещные, владельческие способы защиты [248, с.122]. В.И. Еременко указывает на отсутствие запрета в ГК РФ в выборе способов защиты, единственное – он должен соответствовать содержанию нарушенного права [180].

Нарушитель прав на коммерческое обозначение привлекается к гражданской ответственности, однако важное значение имеет сфера правонарушения, так как возможно возникновение и административной ответственности.

Вместе с тем незаконное использование коммерческого обозначения, сходного с другими средствами индивидуализации, может быть одним из объектов преступления, так пункт 1 статьи 180 Уголовного кодекса Российской Федерации [10] закрепляет наказания за совершение преступлений, например, в части неправомерного использования средств индивидуализации товаров, работ, услуг [10]. Ключевым моментом является формулировка: «сходные обозначения», так коммерческое обозначение может правомерно походить на товарный знак (если правообладатель один) или же незаконным образом, в любом случае потребуются защищать нарушенное право. И если нарушение права будет признано судом недобросовестной конкуренцией, в крупном размере, то станет возможно привлечь нарушителя к уголовной ответственности.

Гражданская ответственность строится не только по законодательно предусмотренным основаниям, но и по основаниям, установленным сторонами в гражданско-правовых договорах, с учетом отсутствия противоречий закону.

Наиболее строгие условия в части ответственности в ГК РФ [9] содержатся для субъектов предпринимательской деятельности при нарушении исключительных прав на коммерческое обозначение. Если такое нарушение является неоднократным и грубым в рамках судебного разрешения данного вопроса, суд вправе принять решение о прекращении деятельности такого нарушителя.

Считаем, что при рассмотрении ситуации, когда коммерческое обозначение создается сотрудником организации сначала как объект авторского права, а затем отчуждается организации и используется ей как средство индивидуализации предприятия, и если такой сотрудник - автор нарушит права на отчужденный объект, то он может быть привлечен к дисциплинарной ответственности с учетом положений Трудового кодекса РФ [11].

В отношении защиты интеллектуальных прав в статье 1250 ГК РФ [9] закреплены общие основания защиты, их допустимость или недопустимость, при этом ввиду использования коммерческого обозначения в сфере предпринимательской деятельности применение мер ответственности осуществляется вне зависимости от наличия вины у субъекта, совершившего нарушение права.

Как отмечает З.Р. Ожева, указанная норма стала причиной многочисленных дискуссий, предполагается даже отказ законодателя от главного принципа в гражданском праве – принципа вины [125, с.32]. Однако мы согласны с З.Р. Ожевой, что ответственность без вины возникает только в отношении обязанности прекратить нарушение права [125, с.32].

Требования по защите прав на коммерческое обозначение закреплены в статье 1252 ГК РФ [9]: признание права, возмещение убытков, пресечение незаконных действий, изъятие материального носителя и, безусловно, публикация решения суда [9]. При необходимости в рамках судебного производства могут быть применены обеспечительные меры, направленные на сохранение материального носителя, посредством которого реализовано нарушение права на рассматриваемый объект интеллектуальных прав.

Кроме того, в случае признания актом недобросовестной конкуренции нарушение прав на коммерческое обозначение (Решение Приморского УФАС России от 29 января 2015 г. по делу № 106/07-2014) для защиты могут применяться способы, установленные антимонопольным законодательством. Так, при применении антимонопольного законодательства с учетом положений главы 2.1 о недобросовестной конкуренции Федерального закона № 135-ФЗ антимонопольный орган вправе выдать предписание о прекращении недобросовестной конкуренции с использованием результатов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации (в том числе коммерческого обозначения) и привлечении к административной ответственности на основании статьи 14.33 КоАП [12]. На основании указанной статьи будут реализованы следующие защитные механизмы:

- наложение и взыскание административного штрафа;
- дисквалификация должностного лица, совершившего правонарушение.

Как отмечает Ю.Н. Андреев, использование компенсации в качестве способа защиты исключительных прав, возможно лишь в случаях, прямо установленных законом [94, с.323; 326], что для коммерческого обозначения не предусмотрено.

Возложение на нарушителя обязанности возмещения убытков, прекращения дальнейшего использования применялось и в дореволюционной России в отношении фирм. Кроме того, могло быть вынесено административное предупреждение о внесении в торговый реестр сходных фирм или привлечение к уголовной ответственности [110, с.68].

В части возмещения убытков в отношении коммерческого обозначения согласны с Ю.Н. Андреевым, что это достаточно трудоемкий процесс [94, с.309] и мало востребованный ввиду проблематичности доказывания (Постановление СИП от 24 сентября 2019 г. № С01-978/2019 по делу № А67-122298/2018) и обоснования причинно-следственных связей [318] и объема причиненных убытков. Одной из причин является отсутствие единой методики расчета причиненных убытков.

Использование такого способа защиты права как запрещение использования нарушителю коммерческого обозначения в настоящий момент является не достаточным, так как не несет никаких финансовых составляющих, и нарушитель, прекратив незаконно использовать одно коммерческое обозначения, не понеся финансовых расходов, может продолжить подобные нарушения с использованием других коммерческих обозначений. Таким образом, запрещение незаконного использования коммерческого обозначения не выполняет функции, охарактеризованные О.А. Рузаковой, а именно предупредительную и воспитательную [250].

В целях обеспечения успешности взыскания убытков за нарушения, вызванные незаконным использованием коммерческого обозначения, считаем, что в пункт 3 статьи 15 ГК РФ [6] следует внести изменения. Необходимо закрепить положения о том, что Правительством Российской Федерации должен

определяться порядок расчета размера причиненных убытков, в том числе и для случаев нарушений прав на объекты интеллектуальной собственности.

Подобный акт Правительства Российской Федерации должен содержать формулу расчета причиненных убытков, отдельно для объектов интеллектуальных прав и имущества. Для объектов интеллектуальных прав при расчете следует учесть:

- количественный показатель объема причиненных убытков, в нашем случае в зависимости от количества сделок, оказанных услуг и иных неправомерных действий;

- срок, в течение которого незаконно использовалось коммерческое обозначение;

- в случае, если установить точный количественный показатель объема причиненных убытков невозможно, то учитывается размер дохода нарушителя, полученного в результате незаконных действий;

- правообладатель должен документально подтвердить размер планируемых или произведенных расходов для восстановления нарушенного права;

- в соотношении с аналогичным периодом, предшествующим текущему, размер упущенной выгоды правообладателя;

- в случае тождества используемого средства индивидуализации с коммерческим обозначением правообладателя, право которого нарушено, имитации его деятельности и осуществления действий, направленных на отождествление организации – нарушителя с исходным предприятием, в формуле должен быть отражен повышающий коэффициент.

Указанный коэффициент допускается вводить исключительно в судебном порядке, с учетом результатов экспертизы, проведенной в рамках судебного разбирательства.

Вместе с тем для корректного подтверждения расчетов правообладателю коммерческого обозначения, чье право нарушено, потребуется доказать следующие факты (Решение СИП от 31 июля 2020 г. по делу № СИП-538/2019):

1) Документы, подтверждающие, что право на коммерческое обозначение принадлежит именно ему. Процедуру доказывания данного факта позволит упростить цифровой реестр коммерческих обозначений, выписки из которого будет достаточно для подтверждения права. На данный момент потребуется предоставить различные документы: счета, распечатки со страницы сайта в сети «Интернет», договоры и другие.

2) Подтверждение наличия различительной способности коммерческого обозначения (о подобном требовании говорит в своем исследовании и В.В. Розенберг, дореволюционная «фирма» также должна была быть индивидуально определенной [107, с.77]). Оно должно быть уникальным и обеспечивать исключение смешения с другими средствами индивидуализации. Если обозначение не будет соответствовать законодательным требованиям, в рассмотрении дела судом будет отказано.

3) Подтверждение того, что коммерческое обозначение известно на определенной территории, соответственно предоставить данные социальных опросов, сведения о покупательском спросе, данные сайта в сети «Интернет» о геолокации предприятия. Проблему доказывания данного факта способен также решить цифровой реестр коммерческих обозначений.

4) Подтверждение, что предприятие, для индивидуализации которого используется коммерческое обозначение принадлежит правообладателю данного обозначения, располагается на российской территории, так как за рубежом право на исследуемое средство индивидуализации не может возникнуть ввиду отсутствия аналога и наличия соответствующих ограничений в ГК РФ. Суды учитывают данные факты при рассмотрении дел [79], (Постановление СИП от 28 февраля 2017 г. № С01-99/2017 по делу № А40-199403/2015; Постановление СИП от 13 октября 2016 г. № С01-1402/2014 по делу № А40-138017/2013).

5) Подтверждение факта нарушения прав на коммерческое обозначение, например, использование сходного до степени смешения обозначения (Постановление СИП от 4 сентября 2018 г. № С01-556/2018 № А41-39694/2017), в аналогичной сфере деятельности, что позволяет говорить о введении

потребителей и контрагентов в заблуждение, на одной и той же или пересекающейся территории. Доказывать данный факт станет проще при введении цифрового реестра коммерческих обозначений, так как и в отношении регистрируемых средств индивидуализации без определенной степени сравнения имеются случаи «брендового паразитирования» [202], и наличие разрозненных реестров эту проблему не способно решить. Примером подобного паразитирования служит спор об использовании коммерческого обозначения и товарного знака, которые содержат словосочетание «кулинарная лавка» (Постановление Президиума СИП от 2 ноября 2018 г. № С01-870/2018 по делу № СИП-795/2017).

б) Подтверждение причинно-следственной связи между действиями нарушителя и негативными последствиями, которые наступили для правообладателя. Способы доказывания причинно-следственных связей не ограничены, могут быть доказаны упущенная выгода или репутационные убытки.

Схожая практика доказывания нарушений отмечается Федеральной антимонопольной службой России (Письмо ФАС России от 30 июня 2017 г. № АК/44651/17 «О практике доказывания нарушений, квалифицируемых в соотношении с пунктом 2 статьи 14.6 Федерального закона № 135-ФЗ»).

Введение гибкой формулы расчета причиненных убытков позволит эффективно доказывать размер причиненных убытков с учетом упущенной выгоды или иных расходов, которые правообладатель вынужден будет нести или уже произвел.

Однако остается открытым вопрос, как поступать в случаях, когда размер убытков не представляется возможным доказать или нарушение выявлено на раннем этапе и имеется риск причинения убытков, повторного совершения нарушения. Для правообладателей коммерческого обозначения не доступен такой способ защиты права как компенсация (Определение Верховного суда Российской Федерации от 22 июля 2021 г. № 304-ЭС21-11038), (суды пресекают попытки ее взыскания (Постановление СИП от 21 ноября 2016 г. № С01-1019/2016 по делу № А65-2175/2016), которая является, по мнению С.В. Грибановой [172], удобным

способом защиты; С.А. Краснова отмечает, что компенсация наиболее «приспособлена» для защиты прав объекты интеллектуальной собственности (включая средства индивидуализации) [208]. Однако А.С. Ворожевич [308] и В.И. Еременко [183] считают нецелесообразным введение данного способа в связи с тем, что коммерческое обозначение не может выступать самостоятельным предметом гражданско-правовых договоров.

Поддерживается точка зрения Г.Н. Черничкиной [295], Я.О. Лазарева [123, с.25] в части распространения возможности взыскания компенсации на все средства индивидуализации, включая коммерческое обозначение, так как реализация подобного взыскания будет доступна с учетом расширения перечня гражданско-правовых договоров, по которым может возникать и реализовываться право на коммерческое обозначение, расширения перечня индивидуализируемых с помощью обозначения объектов, предложения о новом перечне субъектов-правообладателей данного средства индивидуализации, введения процедуры регистрации прав на коммерческие обозначения, особенностей использования в сети «Интернет» данного обозначения.

Взыскание компенсации за нарушение исключительных прав на коммерческое обозначение допускается рассматривать только с учетом выше указанного комплексного подхода, нестандартности и сложности доказывания нарушения, возникающих в сети «Интернет», о чем свидетельствует судебная практика (Постановление СИП от 22 января 2018 г. № С01-1061/2017 по делу № А14-18374/2016).

В целях минимизации случаев злоупотребления правом судов, правообладателей, при введении компенсации в качестве альтернативной санкции:

1) Следует сохранить невозможность суда снизить итоговую сумму компенсации правообладателю, как отмечает М.В. Карпычев [196].

2) Для применения санкции взыскания компенсации не следует использовать аналогию с товарными знаками, с точки зрения устойчивого элемента вины в случае нарушения прав на него, независимо от того осведомлен ли «нарушитель»

права о наличии зарегистрированного товарного знака или отсутствии такой регистрации.

Подробно внимание на данный элемент обращают в своем исследовании Л.А. Новоселова и А.С. Ворожевич [233].

3) Использование процедуры регистрации рассматриваемого средства индивидуализации в цифровом реестре коммерческих обозначений [263]. В период проведения пилотного проекта данной регистрации взыскание компенсации за нарушения, выявленные с помощью указанного реестра, не может производиться.

4) После завершения пилотного проекта по регистрации прав на коммерческие обозначения, в рамках постоянного осуществления процессов допускается взыскание компенсации в случае, если с помощью функционала цифрового реестра коммерческих обозначений было обнаружено тождество или сходство заявляемого к регистрации коммерческого обозначения, заявитель с правообладателем зарегистрированного коммерческого обозначения не пришли к консенсусу и не подписали соглашение об использовании обозначения, а также заявителю было отказано в регистрации, но он продолжил на практике использовать подобное обозначение.

5) Взыскание компенсации может быть осуществлено по решению суда, если в ходе судебного процесса будет установлено, что нарушитель осознанно и целенаправленно незаконно использовал чужое коммерческое обозначение с целью введения потребителей и контрагентов в заблуждение, и принятия его за предприятие, которому принадлежит исходное обозначение.

6) Так как нами предлагается расширение перечня договоров, связанных с реализацией прав на коммерческие обозначения [262, с.206-207], считаем, что за нарушение прав на указанное обозначение размер компенсации допускается рассчитывать в зависимости от стоимости права, которое могло быть передано для использования посредством доступных договоров законным способом, в зависимости от характера использования объекта. В случае если правообладателем не используется подобная возможность, расчет компенсации

будет осуществляться в зависимости от стоимости права по договору, соответствующему характеру использования объекта в среднем по рыночной стоимости в конкретной сфере деятельности с учетом территории ее осуществления.

7) С учетом исследований О.А. Рузаковой и А.И. Пирогова [252], В.В. Семенова [258], Р.С. Зардова [186], А.Г. Матвеева [222] о несовершенстве методики расчета компенсации за нарушение исключительных прав на объекты авторского права и товарные знаки необходимо исключить несколько вариантов установления размера компенсации, которые порождают возможности снижения размера компенсации судом (Постановление ФАС Московского округа от 19 марта 2012 г. по делу № А40-25266/11-12-226).

Пункт 3 статьи 1539 ГК РФ [9] следует дополнить положениями о том, что при невозможности достоверного установления размера причиненных убытков, правообладатель вправе требовать компенсацию в двукратном размере стоимости права использования коммерческого обозначения, учитывая цену, которая взимается при сравнимых обстоятельствах. Необходимость введения подобного условия подтверждена судебной практикой (Постановление СИП от 26 июня 2020 г. по делу № А33-4702/2018; Постановление СИП от 9 июня 2021 г. № С01-794/2021 по делу № А76-40682/2019).

Данное предложение соотносится также с мнением Н.В. Иванова о том, что компенсация носит восстановительный характер со штрафными элементами и должна превышать размер установленных или предположительных убытков [190].

Вместе с тем имеется и иная точка зрения. Так, Я.О. Лазарев предложил рассчитывать компенсацию за нарушение исключительных прав на средства индивидуализации в сети «Интернет», исходя из стоимости простой неисключительной лицензии за каждый домен второго уровня на котором было зафиксировано подобное нарушение [123, с.25-26].

Обозначим три главных правила, согласно которым возможно будет привлечение к ответственности лица, нарушившего исключительные права

на коммерческое обозначение, и соответственно возможность требовать выплаты денежной компенсации:

1) Правообладатель корректно ввел в гражданский оборот коммерческое обозначение, оно обладает всеми необходимыми признаками охраноспособности и соответственно на данный объект интеллектуальных прав правообладатель имеет исключительное право.

2) Правообладатель должен иметь подтверждение непрерывного использования коммерческого обозначения, что является одним из подтверждений действия прав.

3) Правообладателю следует иметь максимально возможную доказательственную базу, позволяющую подтвердить нарушение его прав на коммерческое обозначение другим лицом [260, с.38].

Заслуживает внимания внесудебная форма защиты, в соответствии с положениями Федерального закона № 135-ФЗ [20], благодаря внесенным в указанный закон изменениям, правообладатели коммерческих обозначений получили право обращаться в антимонопольный орган в случае, если:

- конкурентом осуществляется использование обозначения, которое сходно с коммерческим обозначением исходного правообладателя до степени смешения;
- конкурентом осуществляются дискредитирующие действия, то есть имеются основания полагать, что совершается акт недобросовестной конкуренции;
- конкурент использует некорректное сравнение своего обозначения с обозначением, например, в рекламе (могут быть использованы следующие слова: «самый», «лучший» и другие);

В качестве примера приведем судебный спор: судом установлено, что ИП использует коммерческое обозначение «САЛЮТ № 1» в том числе в рекламе (Постановление Второго ААС от 13 июля 2016 г. № 02АП-4898/2016 по делу № А28-3131/2016). Вместе с тем следует учитывать, что обозначение такого вида также практически не жизнеспособно ввиду отсутствия различительных способностей.

Запрещено сравнение без конкретных характеристик, а также указание негативных факторов. Соответственно, запрещено использовать коммерческое обозначение в качестве средства сравнения указанного характера и не целесообразно включать сравнительные слова в содержание словесных обозначений, во избежание ущемления или нарушения прав правообладателей других средств индивидуализации или субъектов предпринимательской деятельности.

Также запрещена недобросовестная конкуренция: в части неправомерного приобретения и использования исключительного права на коммерческое обозначение. Отметим, что следующий запрет, установленный в статье 14.6 Федерального закона № 135-ФЗ [20] на использование коммерческого обозначения или другого средства индивидуализации сходного до степени смешения, зеркальные содержанию части 4 четвертой ГК РФ [9] в части запрета незаконного использования, имитации, смешения обозначений.

Таким образом, законодателю следует обратить внимание на сложившееся двойственное положение и осуществить согласование положений федеральных законов.

Тем не менее уже появились судебные разбирательства с опорой на новую норму. Приведем примеры использования норм антимонопольного законодательства. ООО «МЦ "Мечников+» нарушен пункт 1 статьи 14.6 Федерального закона № 135-ФЗ [20], а именно: обществом осуществлена регистрация юридического лица под фирменным наименованием, сходным до степени смешения с действующим ООО «ЛДЦ «Мечников», обществом также производилось незаконное использование коммерческого обозначения МС Мечников+, сходным до степени смешения с LDC Metchnikoff, которое принадлежит ООО «ЛДЦ «Мечников», а также использование сходного до степени смешения доменного имени (Постановление Пятого ААС от 27 декабря 2016 г. по делу № А51-8585/2016).

Например, индивидуальный предприниматель использовал обозначения «Детский мир», «Детский маг», «Детский мир» на фоне десяти квадратов, в том

числе синего, красного, желтого и зеленого цветов и «Детский маг» на фоне десяти квадратов, в том числе синего, красного, желтого и зеленого цветов, которые являются сходными до степени смешения с товарным знаком ОАО «Детский мир» и общеизвестным знаком (Постановление Пятнадцатого АС от 7 декабря 2016 г. № 15АП-17386/2016 по делу № А32-19816/2016) и соответственно является нарушением статьи 14.4 Федерального закона № 135-ФЗ [20].

Также по другому делу Антимонопольной службой выявлено нарушение (Решение ФАС по Кировской области от 14 марта 2016 г. по делу № 17/04-15а) статьи 14.6 Федерального закона № 135-ФЗ [20]. Выявлено использование обозначения LOVE COFFEE сходного с аналогичным коммерческим обозначением.

Указанные примеры показывают своевременность введения специальных норм в антимонопольное законодательство в части регулирования недобросовестных действий субъектов предпринимательской деятельности с использованием коммерческого обозначения.

Ранее в антимонопольном законодательстве не предусматривались конкретные случаи недобросовестной конкуренции и соответственно отсутствовал обязательное досудебное урегулирование споров в соответствии с арбитражным – процессуальным – кодексом в отношении средств индивидуализации. Однако и в настоящий момент такой порядок в качестве обязательного не указывается. Но субъектам предпринимательской деятельности, использующим гражданско-правовые договоры по распоряжению правами на средства индивидуализации или иные договоры, учитывающие их использование, надлежит включать в договоры досудебный порядок разрешения спорных вопросов, в том числе при возникновении вопросов, связанных с недобросовестной конкуренцией: в первую очередь обращаться в антимонопольный орган.

Так, например, Арбитражный суд будет вынужден отложить рассмотрение дела, если выяснится, что одна из сторон обратилась в антимонопольный орган для разрешения дела о нарушении исключительных прав на коммерческое обозначение. К рассмотрению дела по существу суд сможет вернуться после

получения предписания указанного органа, так как такое предписание будет иметь весомое значение для принятия решения.

По итогам рассмотрения вопросов охраны и защиты исключительных прав на коммерческое обозначение получены выводы.

1) Охрана и защита прав на коммерческое обозначение имеет свои уникальные особенности, позволяющие иначе взглянуть на рассматриваемое средство индивидуализации.

2) В настоящий момент в качестве дополнительной охранной меры в городе Москве, например, предоставляется возможность добровольной регистрации коммерческих обозначений, используемых на территории столицы. Развитие использования Реестра коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы позволит субъектам предпринимательской деятельности более эффективно реализовывать не только исключительные права на обозначение, но и их охрану и защиту.

3) Практика использования специальной системы анализа наличия коммерческих обозначений во Франции показывает возможность снижения судебных споров в отношении использования данного средства индивидуализации. Тем самым внедрение ее положительных характеристик в действующий механизм проверки наличия регистрации ИП, юридических лиц, крестьянских (фермерских) хозяйств посредством функционала электронной системы ФНС России позволит реализовать действенную практику, которая будет способствовать новому развитию гражданских правоотношений.

4) С 2015 года возможно реализовывать в наиболее удобном порядке не только судебную форму защиты исключительных прав на исследуемое обозначение, а также внесудебную форму: в результате конкретизации оснований для пресечения недобросовестной конкуренции в антимонопольном законодательстве.

5) Необходима доработка правовых оснований и предоставление возможности применения не только взыскания убытков, но и денежной компенсации за нарушения исключительного права на исследуемое

средство индивидуализации. Введение указанной санкции вызвано спецификой оборота интеллектуальных прав на рассматриваемый объект, его достаточную уязвимость по сравнению с другими средствами индивидуализации. И ввиду нематериального характера объекта – исключения сложного и трудоемкого процесса оценки и доказывания объема причиненного ущерба для взыскания убытков.

Заключение

По результатам проведенного исследования получены следующие значимые выводы, обусловленные целью настоящей диссертации и поставленными задачами.

Анализ эволюции возникновения коммерческого обозначения и развития правового регулирования прав на него позволил заложить фундамент понимания правовой природы указанного обозначения, его взаимосвязи с иными объектами в рамках современного правового поля Российской Федерации.

На основании проведенного ретроспективного исследования прослежена нестабильная динамика развития гражданских правоотношений с использованием коммерческого обозначения. Указанный факт повлиял и на содержание нормативных положений действующего законодательства, в котором в свою очередь отмечаются заметные пробелы, тормозящие поступательное формирование современного этапа правового регулирования рассматриваемого вопроса.

В научных исследованиях неоднократно отмечалась проблема отсутствия легального понятия коммерческого обозначения в ГК РФ, по данному вопросу существует множество дискуссий в научном мире. Учитывая теоретические исследования и использование коммерческого обозначения на практике, выработано авторское понятие с учетом расширенного перечня индивидуализируемых объектов и субъектов-правообладателей, наличия определенных признаков и отличия от иных средств индивидуализации, раскрыты различные формы обозначения.

Исследовано место, которое занимает коммерческое обозначение в системе средств индивидуализации и гражданском праве в целом. Полученный вывод может служить основой для осуществления не только дальнейших научных исследований, но и совершенствования гражданского законодательства РФ, так как рассматриваемое обозначение является универсальным средством индивидуализации и призвано стать стимулом развития предпринимательских отношений нового уровня.

В рамках настоящего диссертационного исследования рассмотрены проблемы использования в сети «Интернет» коммерческого обозначения, в частности, связанные с вопросом получения известности в сети. Рассмотрены ошибки в использовании геотегов субъектами предпринимательской деятельности с указанием на коммерческое обозначение и предложены решения, направленные на пресечение ошибочного использования геотегов и применение их в новом ключе для установления места ведения предпринимательской деятельности, территории, где получена коммерческим обозначением соответствующая известность.

Охарактеризованы риски для правообладателей коммерческого обозначения при внедрении искусственного интеллекта в сети «Интернет». Проведен анализ соотношения доменного имени и коммерческого обозначения, предложены решения по исключению смешения указанных объектов, минимизации судебных споров.

Представляется необходимым расширение перечня субъектов-правообладателей и объектов, индивидуализируемых с помощью коммерческого обозначения. В качестве объектов выделяются предприятия и предпринимательская деятельность. К субъектам – правообладателям предлагается отнести юридические лица, ИП, их объединения, лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП.

В рамках реализации прав на коммерческое обозначение предлагается расширение перечня гражданско-правовых договоров, посредством которых может осуществляться передача и отчуждение прав другим лицам. Автором проанализированы и предложены группы договоров в зависимости от совершения юридически значимых действий.

Переход прав на коммерческое обозначение в результате универсального правопреемства является, пожалуй, самым проблемным вопросом при реализации прав, так как является не только малоисследованным среди отечественных ученых, но и слабо регулируемым в гражданском праве. Представленное автором исследование позволяет говорить о возможности возрождения научного

и практического интереса к изучению существующих проблем и их разрешения на различных уровнях.

Охрана и защита коммерческих обозначений обладают рядом неповторимых особенностей, однако автором отмечены новые возможности, призванные вывести существование данного средства индивидуализации на новый уровень, более защищенный и востребованный среди субъектов предпринимательской деятельности.

Отраженные выводы позволяют признать коммерческое обозначение наиболее специфическим среди средств индивидуализации в гражданском праве и достаточно уязвимым. Вместе с тем выработанные теоретические и практические положения дают возможность говорить не только о целесообразности существования данного объекта в рамках современного гражданского законодательства РФ, но и о необходимости актуализации его положений для целей содействия в развитии нематериальных объектов и использующих их предпринимателей.

Список литературы

Нормативные правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. Конституция Российской Федерации [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года : по состоянию на 19 сентября 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 19.09.2021).

2. Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности [подписана в Стокгольме 14.07.1967, изменения 02.10.1979 : по состоянию на 25 сентября 2021 года]. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс» – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5059/ (дата обращения: 25.09.2021).

3. Конвенция по охране промышленной собственности [заключена в Париже 20.03.1883 : по состоянию на 25 сентября 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5111/ (дата обращения : 25.09.2021).

4. Российская Федерация. Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [принят 7 мая 2018 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432/ (дата обращения : 05.08.2021).

5. Российская Федерация. Указ Президента Российской Федерации «О мерах по реализации промышленной политики при приватизации государственных предприятий» [принят 16 ноября 1992 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст :

электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_190/ (дата обращения: 19.07.2021).

6. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) : федеральный закон [принят Государственной Думой 30 ноября 1994 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 06.06.2021).

7. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) : федеральный закон [принят Государственной Думой 26 января 1996 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 06.06.2021).

8. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) : федеральный закон [принят Государственной Думой 26 ноября 2001 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/ (дата обращения: 06.06.2021).

9. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) : федеральный закон [принят Государственной Думой 18 декабря 2006 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (дата обращения: 05.08.2021).

10. Российская Федерация. Законы. Уголовный кодекс Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 13 июня 1996 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система

«Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения 05.08.2021).

11. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 30 декабря 2001 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 05.08.2021).

12. Российская Федерация. Законы. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : федеральный закон [принят Государственной Думой 30 декабря 2001 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 05.08.2021).

13. Российская Федерация. Законы. Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 30 декабря 2004 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51038/ (дата обращения: 19.07.2021).

14. Российская Федерация. Законы. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» : федеральный закон [принят Государственной Думой 27 ноября 2018 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/ (дата обращения: 19.07.2021).

15. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в статью 1 Федерального закона «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» : федеральный закон [принят Государственной Думой 1 апреля 2020 года : по

состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349083/ (дата обращения: 19.07.2021).

16. Российская Федерация. Законы. О промышленной политике в Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 31 декабря 2014 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173119/ (дата обращения: 05.08.2021).

17. Российская Федерация. Законы. О национальной платежной системе : федеральный закон [принят Государственной Думой 27 июня 2011 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/ (дата обращения: 05.08.2021).

18. Российская Федерация. Законы. Об инвестиционном товариществе : федеральный закон [принят Государственной Думой 28 ноября 2011 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122222/ (дата обращения: 06.06.2021).

19. Российская Федерация. Законы. Об оценочной деятельности в Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 29 июля 1998 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19586/ (дата обращения: 05.08.2021).

20. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции : федеральный закон [принят Государственной Думой 26 июля 2006 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/ (дата обращения: 06.06.2021).

21. Российская Федерация. Законы. Об акционерных обществах : федеральный закон [принят Государственной Думой 26 декабря 1995 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/ (дата обращения: 05.08.2021).

22. Российская Федерация. Законы. О банках и банковской деятельности : федеральный закон [принят Государственной Думой 2 декабря 1990 года : по состоянию на 15 марта 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/ (дата обращения: 15.03.2021).

23. Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 28 декабря 2009 года : по состоянию на 15 марта 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (дата обращения: 15.03.2021).

24. Российская Федерация. Законы. Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации : федеральный закон [принят Государственной Думой 31 мая 2002 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36945/ (дата обращения: 05.08.2021).

25. Российская Федерация. Законы. О патентных поверенных : федеральный закон [принят Государственной Думой 30 декабря 2008 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83197/ (дата обращения: 05.08.2021).

26. Российская Федерация. Законы. О рекламе : федеральный закон [принят Государственной Думой 13 марта 2006 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст :

электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 05.08.2021).

27. Российская Федерация. Законы. О несостоятельности (банкротстве) : федеральный закон [принят Государственной Думой 26 октября 2002 года : по состоянию на 5 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/ (дата обращения: 05.08.2021).

28. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федеральный закон [принят Государственной Думой 27 июля 2006 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 19.07.2021).

29. Российская Федерация. Законы. О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации – городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона «О персональных данных» : федеральный закон [принят Государственной Думой 24 апреля 2020 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351127/ (дата обращения: 06.06.2021).

30. Российская Федерация. Законы. Основы законодательства Российской Федерации о нотариате [утверждены ВС РФ 11 февраля 1993 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1581/c5c2d712dac5b8b43c5677f1b997e99a6bdb1647/ (дата обращения: 19.07.2021).

31. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : закон Российской Федерации [принят Государственной Думой 7 февраля 1992 года: по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант

Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 06.06.2021).

32. Российская Федерация. Законы. О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации : закон Российской Федерации [принят Государственной Думой 7 июля 1993 года : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2269/ (дата обращения: 06.06.2021).

33. Российская Федерация. Законы. О промышленных кластерах и специализированных организациях промышленных кластеров : постановление Правительства Российской Федерации [принято 31 июля 2015 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_183798/ (дата обращения: 19.07.2021).

34. Российская Федерация. Законы. Об индустриальных (промышленных) парках и управляющих компаниях индустриальных (промышленных) парков : постановление Правительства Российской Федерации [принято 4 августа 2015 года : по состоянию на 19 июля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184221/ (дата обращения: 19.07.2021).

35. Российская Федерация. Законы. Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года : распоряжение Правительства Российской Федерации [принято 2 июня 2016 года : по состоянию на 5 мая 2021 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. -URL: <https://base.garant.ru/71418202/> (дата обращения: 05.05.2021).

36. Российская Федерация. Законы. Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по реализации механизма управления системными изменениями нормативно-правового регулирования предпринимательской деятельности «Трансформация делового климата» «Интеллектуальная

собственность» : распоряжение Правительства Российской Федерации [принято 3 августа 2020 года : по состоянию на 12 августа 2021 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74382777/> (дата обращения: 12.08.2021).

37. Российская Федерация. Законы. О промышленной политике в городе Москве : закон города Москвы [принят Московской городской Думой 7 октября 2015 года: по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/71223022/> (дата обращения: 06.06.2021).

38. Российская Федерация. Законы. О Московской торгово-промышленной палате : закон города Москвы [принят Московской городской Думой 27 марта 2002 года : по состоянию на 5 мая 2021 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/378373/> (дата обращения: 05.05.2021).

39. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О товарных знаках и знаках обслуживания : закон СССР [принят 3 июля 1991 года : по состоянию на 3 июля 1991 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст: электронный. - URL: <https://base.garant.ru/6334841/> (дата обращения: 23.06.2021).

40. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик [утверждено ВС СССР 31 мая 1991 года : по состоянию на 26 ноября 2001 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_972/ (дата обращения: 23.06.2021).

41. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О товарных знаках : постановление СНК РСФСР [принято 10 ноября 1922 года : по состоянию на 10 ноября 1922 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ESU;n=16786#0> (дата обращения: 23.06.2021).

42. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О товарных знаках : постановление ЦИК СССР, СНК СССР [принято 12 февраля 1926 года : по состоянию на 12 февраля 1926 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ESU;n=16476#0> (дата обращения: 23.06.2021).

43. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О введении в действие Положения о фирме : постановление ЦИК СССР, СНК СССР [принято 22 июня 1927 года : по состоянию на 17 августа 1927 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_14060/ (дата обращения: 23.06.2021).

44. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О производственных марках и товарных знаках : постановление ЦИК СССР, СНК СССР [принято 7 марта 1936 года: по состоянию на 7 марта 1936 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=18685#034771732898735985> (дата обращения: 23.06.2021).

45. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. О товарных знаках : постановление Совмина СССР [принято 15 мая 1962 года : по состоянию на 7 января 1985 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/CGI/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=44440#05613961915891383> (дата обращения: 23.06.2021).

46. Союз Советских Социалистических Республик. Законы. Положение о товарных знаках : утверждено Госкомизобретений СССР [утверждено 8 января 1974 года : по состоянию на 8 января 1974 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=4706#09619729987880776> (дата обращения: 23.06.2021).

47. Российская Федерация. Законы. О порядке уведомления Банка России об образовании банковского холдинга, о создании управляющей компании

банковского холдинга и предоставленных полномочиях : указание Банка России [утверждено Банком России 9 сентября 2015 : по состоянию на 6 июня 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188809/ (дата обращения: 06.06.2021).

48. Российская Федерация. Законы. Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств : приказ Министерства финансов Российской Федерации [утвержден 13 июня 1995 года : по состоянию на 5 мая 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7152/ (дата обращения: 05.05.2021).

49. Российская Федерация. Законы. «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» : приказ Министерства финансов Российской Федерации [утвержден 27 декабря 2007 года : по состоянию на 5 мая 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/ (дата обращения: 05.05.2021).

50. Российская Федерация. Законы. Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности (ФСО № 11)» : приказ Министерства экономического развития Российской Федерации [утвержден 22 июня 2015 года : по состоянию на 15 марта 2021 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181621/ (дата обращения: 15.03.2021).

51. «Совместная рекомендация о положениях в отношении охраны общеизвестных товарных знаков», принятая Ассамблеей Парижского союза по охране промышленной собственности и Генеральной Ассамблеей Всемирной организации интеллектуальной собственности на 34 серии заседаний Ассамблей государств - членов ВОИС [принята 20-29 сентября 1999 года : по состоянию на

22 февраля 2021 года]. – Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <http://base.garant.ru/2561314/> (дата обращения: 22.02.2021).

52. Российская Федерация. Законы. Московская торгово-промышленная палата» : устав Московской торгово-промышленной палаты [утвержден Учредительным съездом МТПП 12 декабря 1991 года : по состоянию на 15 февраля 2021 года]. - Официальный сайт Московской торгово-промышленной палаты. – Текст : электронный. - URL: <https://mostpp.ru/about/ustav-mtpp.php> (дата обращения: 15.02.2021).

53. Российская Федерация. Законы. Положение о ведении реестра коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы (приложение 5) : решение Правления МТПП [утверждено решением 2 ноября 2016 года : по состоянию на 1 марта 2021 года]. – Официальный сайт Московской торгово-промышленной палаты. – Текст : электронный. - URL: <https://old.mostpp.ru/Services/Support/Reestr-kom-oboznacheniy/Vedenie-reestra> (дата обращения: 01.03.2021).

54. Российская Федерация. ГОСТ 12.0.004–2015. Межгосударственный стандарт. Система стандартов безопасности труда. Организация обучения безопасности труда. Общие положения : приказ Росстандарта [утвержден 9 июня 2016 года : по состоянию на 5 мая 2021года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_205144/ (дата обращения: 05.05.2021).

55. Республика Армения. Гражданский кодекс Республики Армения от 28 июля 1998 года № ЗР-239. - Официальный сайт Национального Собрания Республики Армения. – Текст : электронный. – URL: http://www.parliament.am/law_docs/050598HO239rus.html?lang=rus#R10 (дата обращения : 01.04.2021).

56. Республика Беларусь. Законы. Гражданский кодекс Республики Беларусь № 218-З от 7 декабря 1998 года. - Портал Интеллектуальной собственности Всемирной организации интеллектуальной собственности. Единый

центр услуг интеллектуальной собственности в Интернете. – Текст : электронный. - URL: <https://wipolex.wipo.int/ru/text/513497> (дата обращения: 01.04.2021).

57. Республика Казахстан. Законы. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409-І. – Информационная система «Параграф «Юрист». – Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1013880 (дата обращения: 01.04.2021).

58. Республика Казахстан. Законы. Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 года № 544-ІІ «О регулировании торговой деятельности». – Информационная система «Параграф «Юрист». – Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1047488 (дата обращения: 01.04.2021).

59. Республика Казахстан. Законы. Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-ІІ «О рекламе». – Информационная система «Параграф «Юрист». – Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1045608 (дата обращения: 01.04.2021).

60. Республика Казахстан. Законы. Закон Республики Казахстан от 19 июня 1997 года № 135-І «Об индивидуальном предпринимательстве». – Информационная система «Параграф «Юрист». – Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1007998#pos=118;-22 (дата обращения: 01.04.2021).

61. Кыргызская Республика. Законы. Часть II Гражданского кодекс Кыргызской Республики от 5 января 1998 года № 1. - Централизованный банк данных правовой информации Кыргызской Республики. Министерство юстиции Кыргызской Республики. – Текст : электронный. - URL: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/5> (дата обращения: 01.04.2021).

62. Arizona Revised Statutes (2019). Title 44 - Trade and Commerce. § 44-1460 Registration of trade name, title or designation. - Official legal information website «Justia US Law». – Текст : электронный. - URL: <https://law.justia.com/codes/arizona/2019/title-44/section-44-1460/> (дата обращения: 01.04.2021).

63. Arizona Revised Statutes (2019). Title 44 - Trade and Commerce. § 44-1460.02 Effective term of registration; renewal; expiration notice Official legal

information website «Justia US Law». – Текст : электронный. - URL: <https://law.justia.com/codes/arizona/2019/title-44/section-44-1460-02/> (дата обращения: 01.04.2021).

64. Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle du 20 mars 1883. - L'organisation mondiale de la propriété intellectuelle. – Текст : электронный. - URL: https://www.wipo.int/treaties/fr/text.jsp?file_id=288516 (дата обращения: 25.01.2021).

65. Convention instituant l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. - L'organisation mondiale de la propriété intellectuelle. – Текст : электронный. - URL: <https://www.wipo.int/treaties/fr/convention/index.html> (дата обращения: 25.01.2021).

66. Code de la propriété intellectuelle de France. - Le site officiel de la service public de la diffusion du droit. – Текст : электронный. - URL: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000006069414?init=true&page=1&query=Code+de+la+propri%C3%A9t%C3%A9+intellectuelle+&searchField=ALL&tab_selection=all (дата обращения: 24.03.2021)

67. Colorado Revised Statutes (2017). Title 7 - Corporations and Associations. Trademarks and Business Names. Article 71 - Trade Names. - Official legal information website «Justia US Law». – Текст : электронный. - URL: <https://law.justia.com/codes/colorado/2017/title-7/trademarks-and-businessnames/article-71/> (дата обращения: 01.04.2021).

68. Confusion - Corporations Canada. Innovation, Sciences et Développement économique Canada. - Le site officiel du Gouvernement du Canada. – Текст : электронный. - URL: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/cd-dgc.nsf/fra/cs01290.html#p2.7.2> (дата обращения: 01.04.2021).

69. Décret n° 2-14-316 du 8 rabii II 1436 (29 janvier 2015) modifiant et complétant le décret n° 2-00-368 pris pour l'application de la loi n° 17-97 relative à la protection de la propriété industrielle. - Le portail de Propriété intellectuelle de l'OMPI. – Текст : электронный. - URL: <https://wipolex.wipo.int/ru/text/432590> (дата обращения: 01.04.2021).

70. Oklahoma Statutes (2019). Title 18. - Official legal information website «Justia US Law». – Текст : электронный. - URL: <https://law.justia.com/codes/oklahoma/2019/title-18/> (дата обращения: 01.04.2021).

71. Règlement sur les sociétés par actions de régime fédéral (2001) (DORS/2001-512). - Site Web de la législation (Justice) du Canada – Текст : электронный. - URL: <https://laws.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2001-512/page-2.html> (дата обращения: 01.04.2021).

72. Section 17, 21 Part Three «Commercial Business Name». - Commercial Code in the revised version published in the Bundesgesetzblatt (BGBI., Federal Law Gazette), Part III, Section 4100-1, Book 1, as amended by Article 3 of the Act of 22 December 2015 (Federal Law Gazette Part I p. 2567). – Текст : электронный. - URL: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_hgb/englisch_hgb.html#p0038 (дата обращения: 25.01.2021).

73. Trade name. *Bell v. Streetwise Records, Ltd.*, 761 F.2d 67 (1st Cir. 1985). - Legal Information Institute. – Текст : электронный. - URL: https://www.law.cornell.edu/wex/trade_name (дата обращения: 01.04.2021).

74. The Company, Limited Liability Partnership and Business (Names and Trading Disclosures) Regulations 2015 (SI 2015/17). - Official legal information website «Thomson Reuters Practical Law». – Текст : электронный. - URL: <https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/PLCCoreDocument/ViewDocument.html?comp=pluk&DocumentGuid=I253811dc63f011e598dc8b09b4f043e0&ViewType=FullText&HasDraftingNotes=False&ResearchReportViewMode=False&SessionScopeIsValid=True&IsCourtWireDocument=False&IsSuperPrivateDocument=False&IsPrivateDocument=False&ClientMatter=Cobalt.Website.Platform.Web.UserData.ClientMatter&AuthenticationStrength=0&IsMedLitStubDocument=False&IsOutOfPlanDocumentViewClicked=False&TransitionType=Default&ContextData=%28sc.Default%29&BillingContextData=%28sc.Default%29> (дата обращения: 04.04.2021).

75. Trade Names, Trademarks, and Other Marks Used in Commerce / Manual of Patent Examining Procedure (MPEP) Foreword. - BitLaw: A free legal resource

focusing on intellectual property. – Текст : электронный. - URL: http://www.bitlaw.com/source/mper/608_01_v.html (дата обращения: 10.01.2021).

76. White Paper on Artificial Intelligence: a European approach to excellence and trust. - Official website of the European Commission. – Текст : электронный. - URL: https://ec.europa.eu/info/publications/white-paper-artificial-intelligence-european-approach-excellence-and-trust_en (дата обращения: 04.04.2021).

Постановления, решения судов

77. Апелляционное определение Верховного суда Республики Татарстан от 17.05.2012 по делу № А 33–4726/2012. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <http://kad.arbitr.ru/Card/07d97839-7e65-464e-97af-97d0a2ce25d3> (дата обращения: 07.08.2021).

78. Определение Конституционного суда Российской Федерации от 29.05.2014 № 1116-О. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154968/ (дата обращения: 21.09.2021).

79. Определение Верховного суда Российской Федерации от 18.12.2016 № 305-ЭС15-5356 по делу № А40-138017/2013. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/f5c37058-cdab-4c08-b419-abf40e745a3f> (дата обращения: 14.07.2021).

80. Определение Верховного суда Российской Федерации от 06.11.2018 № 305-ЭС18-17223 по делу № А40-132026/17. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/ef09f421-4196-423f-a3fb-f197fcc1fc16> (дата обращения: 21.09.2021).

81. Определение Верховного суда Российской Федерации от 01.08.2019 № 308-ЭС19-11935 по делу № А32-53611/2017. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/1dfb9921-462d-4334-9534-628d220c5f2b> (дата обращения: 17.02.2021).

82. Определение Верховного суда Российской Федерации от 24.10.2019 № 310-ЭС-19-18664 по делу № А68-12276/2018. - Электронное правосудие :

Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/acc6d5b6-1283-41c7-bae9-0c87ab561677> (дата обращения: 17.02.2021).

83. Определение Верховного суда Российской Федерации от 09.01.2020 № 305-ЭС19-26002 по делу № А40-91339/2017. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/b3164bc9-02f9-484d-bb70-ef96dc46a558> (дата обращения: 09.04.2021).

84. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертной Гражданского кодекса Российской Федерации». – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?rnd=7FDE23AC42AAE17687C556B1B5691FE4&req=doc&base=LAW&n=323470&dst=100660&fld=134&stat=refcode%3D16876%3Ddstident%3D100660%3Bindex%3D0#1p0f0zi7k4r> (дата обращения: 09.04.2021).

85. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.05.2012 № 9 «О судебной практике по делам о наследовании». – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=130453-0&rnd=7FDE23AC42AAE17687C556B1B5691FE4&req=doc&base=LAW&n=323656&REFDOC=130453&REFBASE=LAW#1ws34x88mh5> (дата обращения: 20.08.2021).

86. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе». – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=137349> (дата обращения: 15.03.2021).

87. Постановление ФАС Дальневосточного округа от 26.04.2010 № Ф03-2411/2010 по делу № А51-17701/2009. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/30262017-9540-454c-8c2b-d6b961c5ada3> (дата обращения: 17.09.2021).

88. Постановление ФАС Московского округа от 24.10.2012 по делу № А40-8434/12–57-76. - Электронное правосудие : Картотека арбитражных дел. –

Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/09c4b11b-e28b-427d-967b-77e967cf83cd> (дата обращения: 17.09.2021).

89. Постановление ФАС Уральского округа от 25.07.2013 № Ф09-6987/13 по делу № А34-5939/2012. - Электронное правосудие : Картоотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <http://kad.arbitr.ru/Card/ab64c0ba-8ee4-44d2-9eb7-6bf56549dcac> (дата обращения: 21.09.2021).

90. Постановление ФАС Центрального округа от 22.02.2011 № Ф10-156/2011 по делу № А68-4052/10. - Электронное правосудие : Картоотека арбитражных дел. – Текст : электронный. - URL: <https://kad.arbitr.ru/Card/e9e668fc-b0be-4bee-afea-3033c981295b> (дата обращения: 14.11.2021).

91. Le pourvoi № R 11-21.011, pris en sa deuxième branche. Cour de cassation : Arrêt du 29 janvier 2013 (Solutions / Google, Cobrason). - Le site officiel de l'actualité du droit des nouvelles technologies. – Текст : электронный. - URL: <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-de-cassation-arret-du-29-janvier-2013/> (дата обращения: 15.01.2021).

92. Google Inc v Australian Competition and Consumer Commission [2013] HCA 1 (6 February 2013). - Official website of the High court of Australia. – Текст : электронный. - URL: <http://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/cases/cth/HCA/2013/1.html> (дата обращения: 05.04.2021).

93. Judgment of the court (Grand Chamber), In Joined Cases C-236/08 to C-238/08. - Le site officiel de InfoCuria. Jurisprudence. – Текст : электронный. - URL: <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=83961&text=&dir=&doclang=EN&part=1&occ=first&mode=DOC&pageIndex=0&cid=4553980> (дата обращения: 08.07.2021).

Книги

94. Андреев, Ю.Н. Судебная защита исключительных прав: цивилистические аспекты : монография / Ю.Н. Андреев. – Москва : Норма, 2011. - 400 с. – 700 экз. - ISBN 978-5-91768-203-7; 978-5-16-005005-8.

95. Городов, О.А. Право промышленной собственности : учебник / О.А. Городов. - Москва : Статут, 2011. - С. 383-385. – 1500 экз. - ISBN 978-5-8354-0727-9.

96. Дозорцев, В.А. Понятие исключительного права / В.А. Дозорцев. – Москва : Городец, 2000. – С. 287-320. – ISBN отсутствует.

97. Интеллектуальная собственность: законодательство и практика его применения : учебное пособие / В.В. Белов, Г.В. Виталиев, Г.М. Денисов. – Москва : Юристъ, 2002. - 288 с. – 5000 экз. - ISBN 5-7975-0028-0.

98. Калятин, В.О. Доменные имена : монография / В.О. Калятин. – Москва : Информационно-издательский центр Роспатента «ИНИЦ». – 2002. – 188 с. – 400 экз. - ISBN отсутствует.

99. Кирсанова, Е.Е. Правовой режим нейросетей в условиях цифровой экономики. Современные информационные технологии и право : монография / Е.Е. Кирсанова, ответственный редактор Е.Б. Лаутс. - Москва : Статут, 2019. - С. 181 - 189. – 300 экз. – ISBN 978-5-8354-1578-6.

100. Кожемякин, Д.В. Доменное имя в системе объектов гражданских прав : монография / Д.В. Кожемякин. – Москва : Проспект, 2020. – 152 с. – 1000 экз. - ISBN 978-5-392-30853-8, 978-5-392-27182-5.

101. Кондратьева, Е.А. Объекты интеллектуальных прав: особенности правовой охраны / Е.А. Кондратьева. – Москва : Статут, 2014. – 160 с. – ISBN 978-5-8354-0976-1.

102. Марков, П.А. Реорганизация коммерческих организаций: проблемы теории и практики: монография / П.А. Марков. – Москва : Норма, Инфра-М, 2012. – 320 с. – 500 экз. - ISBN 978-5-91768-274-7; 978-5-16-005507-7.

103. Наумов, В.Б. Право и Интернет : очерки теории и практики : монография / В.Б. Наумов. – Москва : Книжный дом «Университет», 2002. – 432 с. – 6000 экз. - ISBN 5-8013-0155-0.

104. Нерсесов, Н.И. Торговое право : конспективный курс лекций по торговому и вексельному праву : посмертное издание / Н.И. Нерсесов [исправлено

и дополнено : Гусаков А.Г.]. – Москва : Типография «Рассвет», 1896. – 275 с. - ISBN отсутствует.

105. Право интеллектуальной собственности Республика Казахстан : учебное пособие / ответственные редакторы З.Х. Баймолдина, Т.Е. Каудыров. – Астана : ГУ «Институт законодательства Республики Казахстан», 2013. – 264 с. - 50 экз. – ISBN 978-601-7366-08-7.

106. Российское законодательство X-XX вв. : в 9 томах. Том 4. Законодательство периода становления абсолютизма / ответственный редактор А.Г. Маньков. – Москва : Юридическая литература, 1986. – С. 116-136. – 25 420 экз. - ISBN отсутствует.

107. Розенберг, В.В. Фирма. Догматический очерк / В.В. Розенберг. – Санкт-Петербург, 1914. – 181 с. - ISBN отсутствует.

108. Торговое уложение Германии. Закон об акционерных обществах. Закон об обществах с ограниченной ответственностью. Закон о производственных кооперативах. Перевод с немецкого Е.А. Дубовицкой / составитель : В. Бергман. – Москва: Волтер Клувер, 2005. – 624 с. – 2000 экз. - ISBN 5-466-00090-6.

109. Харитоновна, Ю.С. К вопросу об охраноспособности результата деятельности искусственного интеллекта. Право будущего: интеллектуальная собственность, инновации, Интернет : ежегодник. Выпуск 1 / ответственный редактор Е.Г. Афанасьева. – Москва : ИНИОН РАН, 2018. – С. 52-64. – 300 экз. – ISBN 978-5-248-00893-3.

110. Шершеневич, Г.Ф. Учебник торгового права. - Москва : «Московское научное издательство», 1919. – 373 с. - ISBN отсутствует.

111. Galloux, Jean-Christophe, agrégé des Facultes de droit, prof. a l'Universite Paris-II. Droit de la propriété industrielle / J.-C.Galloux. - Cours Dalloz, 2000. – 507 p. (Série Droit Privé). – ISBN отсутствует.

Диссертации и авторефераты диссертаций

112. Багдасарян, А.Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора коммерческой концессии (франчайзинга) : специальность 12.00.03

«Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Багдасарян Алиса Феликсовна ; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – Москва, 2008. – 27 с. – Библиогр.: с. 12-13. – Место защиты: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.

113. Бобров, М.Е. Средства индивидуализации товаров, работ и услуг как объекты интеллектуальных прав : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Бобров Максим Евгеньевич ; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. – Москва, 2013. – 206 с. – Библиогр.: с. 11-151.

114. Болтнева, В.А. Исключительные права предприятия, как сложного объекта : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Болтнева Вера Андреевна ; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2010. – 35 с. – Библиогр.: с. 22. – Место защиты: Российский государственный гуманитарный университет.

115. Болтнева, В.А. Исключительные права предприятия как сложного объекта : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Болтнева Вера Андреевна ; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2010. – 173 с. – Библиогр.: с. 43-151.

116. Воронина, У.А. Гражданско-правовое регулирование рекламы как средства индивидуализации : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Воронина

Ульяна Адисеевна ; Российская государственная академия интеллектуальной собственности. – Москва, 2012. – 26 с. – Библиогр.: с. 9-11. – Место защиты: Российская государственная академия интеллектуальной собственности.

117. Городов, О.А. Интеллектуальная собственность: правовые аспекты коммерческого использования : специальность 12.00.04 «Финансовое право; налоговое право ; бюджетное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Городов Олег Александрович ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 1999. – 364 с. – Библиогр.: с. 138-171.

118. Грипич, С.А. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации публично-правовых образований: специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Грипич Сергей Анатольевич ; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2013. – 177 с. – Библиогр.: с. 64.

119. Записная, Т.В. Правовое регулирование использования фирменных наименований и коммерческих обозначений в гражданском законодательстве Российской Федерации : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Записная Татьяна Валерьевна ; Кубанский государственный аграрный университет. – Ростов – на - Дону, 2007. – 176 с. – Библиогр.: с. 30-60.

120. Клочун, Т.Г. Исключительное право на коммерческое обозначение на территории Российской Федерации : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Клочун Татьяна Геннадьевна ; Российский государственный институт интеллектуальной собственности Роспатента. – Москва, 2007. – 168 с. – Библиогр.: с. 33-92.

121. Кондратьева, Е.А. Объекты интеллектуальных прав и их правовой режим : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Кондратьева Екатерина Андреевна ; Нижегородский коммерческий институт. – Москва, 2010. – 34 с. – Библиогр.: с. 7-14. – Место защиты: Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации.

122. Коробейникова, Т.С. Охрана и доверительное управление имуществом в российском праве : проблемы теории и правоприменения : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Коробейникова Татьяна Станиславовна ; Байкальский государственный университет экономики и права. – Иркутск, 2009. – 200 с. – Библиогр.: с. 126.

123. Лазарев, Я.О. Особенности гражданско-правовой защиты владельцев прав на индивидуализирующие обозначения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Лазарев Яков Олегович ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва, 2018. – 32 с. – Библиогр.: с. 25-26. – Место защиты: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

124. Лукашевич, С.В. Система средств индивидуализации физических лиц как субъектов гражданского права : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Лукашевич Светлана Владимировна ; Ульяновский государственный университет. – Казань, 2014. – 20 с. – Библиогр.: с. 16. – Место защиты: Казанский (Приволжский) федеральный университет.

125. Ожева, З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение в предпринимательском праве Российской Федерации : проблемы теории и практики : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Ожева Зара Руслановна ; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва, 2013. – 34 с. – Библиогр.: с. 14-32. – Место защиты: Российский государственный гуманитарный университет.

126. Ожева, З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение в предпринимательском праве Российской Федерации : проблемы теории и практики : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Ожева Зара Руслановна. – Москва, 2013. – 142 с. – Библиогр.: с. 29-54.

127. Орлова, Е.Д. Понятие и осуществление распоряжения исключительными правами на средства индивидуализации : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Орлова Елена Дмитриевна ; Российский государственный институт интеллектуальной собственности. – Москва, 2010. – 30 с. – Библиогр.: с. 21. – Место защиты: Российский государственный институт интеллектуальной собственности.

128. Рогалева, Н.Л. Формирование и оценка имиджа торговых организаций : специальность 08.00.05 : Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в том числе : экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика ; логистика ; экономика труда ; экономика народонаселения и демография ; экономика природопользования ; экономика предпринимательства ; маркетинг ; менеджмент ; ценообразование ; экономическая безопасность ; стандартизация и управление качеством продукции ;

землеустройство ; рекреация и туризм) : автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Рогалева Надежда Леонидовна ; Сибирский государственный университет потребительской кооперации. - Новосибирск, 2007. – 16 с. – Библиогр.: с. 3-15. – Место защиты: Сибирский университет потребительской кооперации.

129. Рузакова, О.А. Система договоров о создании и распоряжении исключительными правами : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Рузакова Ольга Александровна; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. – Москва, 2007. – 497 с. – Библиогр.: с. 21-361.

130. Рыжова, О.А. Распоряжение исключительными правами на средства индивидуализации : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Рыжова Ольга Александровна ; Российский университет дружбы народов. – Москва, 2005. – 18 с. – Библиогр.: с. 8. – Место защиты: Российский университет дружбы народов.

131. Рябчикова, А.С. Правовое регулирование средств индивидуализации некоммерческих организаций : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Рябчикова Александра Сергеевна ; Российская государственная академия интеллектуальной собственности. – Москва, 2013. – 26 с. – Библиогр.: с. 8. – Место защиты: Российская государственная академия интеллектуальной собственности.

132. Свиридова, Е.А. Реклама как индивидуализирующее творческое представление : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук /

Свиридова Екатерина Александровна ; Академия труда и социальных отношений. – Москва, 2007. – 25 с. – Библиогр.: с. 13. – Место защиты: Московская академия экономики и права.

133. Свиридова, Е.А. Реклама как индивидуализирующее творческое представление: специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Свиридова Екатерина Александровна ; Московская академия экономики и права. – Москва, 2007. – 243 с. – Библиогр.: с. 158.

134. Шишкин, Д.А. Гражданско-правовые формы использования фирменных наименований и коммерческих обозначений : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Шишкин Дмитрий Алексеевич ; Кубанский государственный университет. – Ростов – на - Дону, 2010. – 24 с. – Библиогр.: с. 9-20. – Место защиты: Южный федеральный университет.

135. Шишкин, Д.А. Гражданско-правовые формы использования фирменных наименований и коммерческих обозначений : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Шишкин Дмитрий Алексеевич ; Южный федеральный университет. – Ростов – на - Дону, 2010. – 196 с. – Библиогр.: с. 11-301.

136. Шмаков, М.Е. Методические основы формирования делового имиджа предприятий естественных монополий (на примере электроэнергетического комплекса) : специальность 08.00.05 : Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в том числе: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами ; управление инновациями ; региональная экономика ; логистика ; экономика труда ; экономика народонаселения и демография ; экономика

природопользования ; экономика предпринимательства ; маркетинг ; менеджмент ; ценообразование ; экономическая безопасность ; стандартизация и управление качеством продукции ; землеустройство ; рекреация и туризм): автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Шмаков Максим Евгеньевич ; Волгоградский государственный технический университет. - Волгоград, 2006. – 28 с. – Библиогр.: с. 3-25. – Место защиты: Волгоградский государственный технический университет.

137. Янушкевич, Е.А. Наследование по завещанию предприятия как имущественного комплекса : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : автореферат на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Янушкевич Екатерина Александровна ; Удмуртский государственный университет. – Ижевск, 2006. – 28 с. – Библиогр.: с. 7. – Место защиты: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ.

138. Янушкевич, Е.А. Наследование по завещанию предприятия как имущественного комплекса : специальность 12.00.03 «Гражданское право ; предпринимательское право ; семейное право ; международное частное право» : диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Янушкевич Екатерина Александровна ; Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. – Ижевск, 2006. – 223 с. – Библиогр.: с. 58.

Статьи

139. Азаров, М.С. Доменные имена в структуре гражданского и информационного права / М.С. Азаров // Информационное право. - 2010. - № 2. – С. 14-17. – ISSN 1999-480X.

140. Алексеева, М.А. Правовые коллизии коммерческого обозначения, как средства индивидуализации предприятий / М.А. Алексеева // Аллея науки. – 2018. – № 9. Том 4. – С. 517-523. – eISSN 2587-6244.

141. Баксараева, В.А. Понятие, сущность и формы организации электронной торговли / В.А. Баксараева // Научно-практические исследования. – 2019. - № 8-7. – С .11-15. - eISSN 2541-9528.
142. Баранов, П.П. Правовое регулирование робототехники и искусственного интеллекта в России: некоторые подходы к решению проблемы / П.П. Баранов // Северо-кавказский юридический вестник. – 2018. - № 1. – С. 39-45. - ISSN 2074-7306.
143. Баттахов, П.П. Внедоговорное приобретение исключительных прав / П.П. Баттахов // Аграрное и земельное право. – 2019. - № 11. – С. 18-21. – ISSN 1815-1329.
144. Баттахов, П.П. Договор коммерческой концессии как договорная форма предоставления исключительного права на объекты промышленной собственности / П.П. Баттахов // Труды института государства и права Российской академии наук. – 2014. - № 2. – С. 128-136. - ISSN 2073-4522.
145. Баттахов, П.П. Договор об отчуждении исключительных прав на объекты промышленной собственности / П.П. Баттахов // Северо-кавказский юридический вестник. – 2014. - №. 4. – С. 49-53. - ISSN 2074-7306.
146. Баттахов, П.П. Классификация договоров в сфере промышленной собственности / П.П. Баттахов // Аграрное и земельное право. – 2019. - № 11. – С.22-25. - ISSN 1815-1329.
147. Баттахов, П.П. Место права промышленной собственности в системе права РФ / П.П. Баттахов // Юридическая наука. – 2014. - № 2. - С. 12-14. - ISSN 2220-5500.
148. Баттахов, П.П. Особенности оснований возникновения служебных результатов интеллектуальной деятельности / П.П. Баттахов // Аграрное и земельное право. – 2016. - № 8. – С. 100 -104. - ISSN 1815-1329.
149. Баттахов, П.П. Проблемы правового регулирования средств индивидуализации / П.П. Баттахов // Аграрное и земельное право. – 2019. - № 8. – С. 16-19. - ISSN 1815-1329.

150. Белов, В.А. Digital Private Law & rights: размышления о преобразованиях, уже произведенных в частном праве развитием глобальной компьютерной сети «Интернет», и реформах, его скоро и неминуемо по той же причине ожидающих : сборник статей «Право в сфере интернета» / В.А. Белов ; ответственный редактор М.А. Рожкова. – Москва : ООО «Издательство «СТАТУТ», 2018 – С. 256-310. - ISBN 978-5-8354-1417-8.

151. Блинец, И.А. Интеллектуальная собственность в инновационной системе / И.А. Блинец // Инновации. - № 10. – 2008. – С. 4-8. - ISSN 2071-3010.

152. Бобров, А.Г. Функции и особенности правового регулирования товарных знаков в предпринимательском праве / А.Г. Бобров // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. - 2016. - № 33. - С. 198-202. – ISSN отсутствует.

153. Бобров, М.Е. О проблеме совладения исключительным правом на средство индивидуализации / М.Е. Бобров // Пробелы в Российском праве. – 2010. - № 1. – С. 94-97. – ISSN 2072-3164.

154. Ботарева, К.С. Функции, выполняемые товарным знаком / К.С. Ботарева, М.Н. Марченко // Научно-методическая работа в образовательной организации. – 2018. – № 3 (3). - С. 6-7. – ISSN 2587-9588.

155. Бурлак, А.В. К вопросу о понятии «самозанятые граждане» / А.В. Бурлак // Вестник «Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. - № 4. – С. 173- 177. - ISSN 1990-5173.

156. Быстров, А.К. Доменное имя и связанные с ним объекты / А.К. Быстров // Современное право. – 2014. - № 5. - С. 58-61. - ISSN 1991-6027, eISSN 2306-7624.

157. Васильев, В.В. Гражданское право в системе «право частное – право публичное» / В.В. Васильев // Право и государство: теория и практика. - 2013. - № 12. - С. 32-36. – ISSN 1815-1337.

158. Верховлетов, М.А. Договор продажи предприятия как основание перехода исключительного права на коммерческое обозначение / М.А. Верховлетов

// Марийский юридический вестник. – 2017. - № 2. – С. 31-34. - ISSN 2413-0664, eISSN 2413-0680.

159. Верховлетов, М.А. Лицензионный договор как новый инструмент передачи исключительного права на коммерческое обозначение / М.А. Верховлетов // Марийский юридический вестник. – 2017. - № 3. – С. 74-77. - ISSN 2413-0664, eISSN 2413-0680.

160. Верховлетов, М.А. О новых возможностях правового регулирования коммерческого обозначения / М.А. Верховлетов // Марийский юридический вестник. - № 2. – 2016. – С. 59-62. – ISSN 2413-0664, eISSN 2413-0680.

161. Верховлетов, М.А. Специфика субъекта права на коммерческое обозначение / М.А. Верховлетов // Вестник Марийского государственного университета. Серия : Исторические науки. Юридические науки. – 2015. – № 3. Том 1. - С. 63-70. - ISSN 2411-3522.

162. Верховлетов, М.А. Товарный знак и коммерческое обозначение : проблемы в соотношении правового регулирования / М.А. Верховлетов // Марийский юридический вестник. – 2016. - № 3. – С. 81-84. - ISSN 2413-0664, eISSN 2413-0680.

163. Верховлетов, М.А. О некоторых особенностях наследования исключительного права на коммерческое обозначение / М.А. Верховлетов // Наследственное право. – 2016. - № 3. – С. 33-36. – ISSN 2072-4179.

164. Войниканис, Е.А. Искусственный интеллект и право : вызовы и возможности самообучающихся алгоритмов / Е.А. Войниканис, Е.В. Семенова, Г.С. Тюляев // Вестник Воронежского государственного университета. Серия : право. – 2018. - № 4. – С. 137-148. – ISSN 1995-5502.

165. Гаврилов, Э.П. Права на средства индивидуализации / Э.П. Гаврилов // Патенты и лицензии. - 2016. - № 5. - С. 2-12. – ISSN 2413-5631.

166. Гаврилов, Э.П. Средства индивидуализации товаров и качественные характеристики товаров / Э.П. Гаврилов // Хозяйство и право. - 2014. - № 3. - С. 13-27. - ISSN 0134-2398.

167. Гаврилов, Э.П. Наследование интеллектуальных прав в свете Постановления Пленума Верховного суда РФ от 29 мая 2012 г. № 9 / Э.П. Гаврилов // Патенты и лицензии. – 2012.- № 9. – С. 22-32. - ISSN 2413-5631.
168. Гаврин, А.Е. Изучение института самозанятых граждан в Российской Федерации / А.Е. Гаврин, В.А. Очаковский // Эпомен. – 2018. - № 11. – С. 24-31. – eISSN 2686-6722.
169. Голофаев, В.В. Природа и функции фирменного наименования в гражданском праве России / В.В. Голофаев // Российский юридический журнал. – 1998. - № 1. – С. 73-78. - ISSN 2071-3797.
170. Городов, О.А. Институт исключительного права в части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации / О.А. Городов // Бизнес, менеджмент и право. - 2008. - № 2. - С. 18-23. – ISSN 2072-1722.
171. Горская, Е.Ю. Имя гражданина как способ идентификации и индивидуализации предпринимательской деятельности / Е.Ю. Горская // Экономика. Предпринимательство. Окружающая среда. - 2015. - № 63. Том 3. - С. 93 - 98. – ISSN отсутствует.
172. Грибанова, С.В. Защита исключительного права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации: некоторые вопросы теории и правоприменительной практики / С.В. Грибанова // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2019. - № 9. – С. 39-43. - ISSN 1992-8041.
173. Гунаев, Е.А. Предпринимательская деятельность физических лиц без регистрации : проблемы межотраслевого правового регулирования / Е.А. Гунаев, Н.В. Цуглаева, С.С. Аштаева // Юридическая наука. – 2017. - № 6. – С. 98-104. – ISSN 2220-5500.
174. Гуцин, В.В. Понятие коммерческого обозначения / В.В. Гуцин, О.Н. Никонорова // Известия МГИУ. – 2009. - № 2. – С. 15-23. - ISSN 1992-5492.
175. Давыденко, М.В. Законодательство в сфере использования товарного знака и знака обслуживания : сборник материалов Международной научно-практической конференции «Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика» /

М.В. Давыденко, Н.А. Тананушко. – Брянск : Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2017. - С. 304-310. - ISBN отсутствует.

176. Джалилов, Э.А. Правовое регулирование охраны товарных знаков в дореволюционной России / Э.А. Джалилов, Е.А. Козлова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия : Юридические науки. – 2014. - № 1 (16). – С. 135-136. - ISSN 2220-7457.

177. Еременко, В.И. Вопросы соотношения фирменных наименований и коммерческих обозначений согласно части четвертой ГК РФ / В.И. Еременко // Биржа интеллектуальной собственности. - 2009. - № 11. Том 8. - С. 1-8. - ISSN 2072-3075.

178. Еременко, В.И. Изменение в правовой охране фирменных наименований в России / В.И. Еременко // Биржа интеллектуальной собственности. - 2014. - № 7. Том XIII. – С. 1-6. - ISSN 2072-3075.

179. Еременко, В.И. Недобросовестная конкуренция во взаимосвязи с объектами интеллектуальной собственности / В.И. Еременко // Биржа интеллектуальной собственности. – № 5. Том XIII. - 2014. – С. 1-8. - ISSN 2072-3075.

180. Еременко, В.И. Об изменениях в главе 76 части четвертой ГК РФ / В.И.Еременко // Биржа Интеллектуальной собственности. - 2014. - № 11. Том XIII. - С. 1-9. - ISSN 2072-3075.

181. Еременко, В.И. Об интеллектуальной собственности в Гражданском кодексе РФ / В.И. Еременко // Законодательство и экономика. - 2002. - № 5. - С. 11-24. – ISSN отсутствует.

182. Еременко, В.И. Об эволюции принципа исчерпания исключительного права на товарный знак в России / В.И. Еременко // Биржа интеллектуальной собственности. - 2013. - № 6. Том 12. - С. 1-10. - ISSN 2072-3075.

183. Еременко, В.И. Право на коммерческое обозначение в части четвертой ГК РФ / В.И. Еременко // Биржа интеллектуальной собственности. – 2008. – № 4. Том 7. – С. 3-8. - ISSN 2072-3075.

184. Еременко, В.И. Правовое регулирование коммерческих обозначений в соответствии с частью четвертой ГК РФ / В.И. Еременко // Законодательство и экономика. - 2008. - № 4. – С. 1-11. - ISSN 0869-1983.
185. Ершова, Е.Ю. Товарный знак как средство идентификации / Е.Ю. Ершова // Вестник современных исследований. – 2018. - № 12.17 (27). – С. 137-138. - eISSN 2541-8300.
186. Зардов, Р.С. Оптимизация правового режима компенсации за нарушение исключительных прав / Р.С. Зардов // Право и экономика. – 2017. - № 11. – С. 50-56. - ISSN 0869-7671.
187. Звягин, В.А. К вопросу о законодательном закреплении доменного имени как средства индивидуализации / В.А. Звягин // Право и государство : теория и практика. – 2010. - № 10. – С. 49-52. – ISSN 1815-1337.
188. Зеленкина, Н.Д. Нейминг жилых комплексов Екатеринбурга как инструмент формирования имиджа города: содержательные модели названий : сборник материалов Международной научно-практической конференции «Региональное развитие: стратегии и человеческий капитал» : в 2 томах / Н.Д. Зеленкина, Т.Г. Федотовских. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - С. 228 - 235. - ISBN 978-5-7996-1355-6.
189. Зенин, И.А. Исключительное интеллектуальное право как предмет гражданского оборота / И.А. Зенин // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия : История и право. – 2011. - № 1. – С. 19-35. - ISSN 2223-1501.
190. Иванов, Н.В. Компенсация за нарушение исключительного права: проблемы определения размера ответственности / Н.В. Иванов // Закон. – 2017. - № 10. – С. 135-144. - ISSN 0869-4400.
191. Иванова, М.Г. Роль государства в формировании системы интеллектуальной собственности в России и в современных условиях / М.Г. Иванова // Социология власти. - 2007. - № 6. – С. 61-68. - ISSN 2074-0492, eISSN 2413-144X.

192. Идрышева, С.К. Фирменное наименование и коммерческое обозначение как средства индивидуализации участников гражданского оборота / С.К. Идрышева // Вестник Института законодательства Республики Казахстан. - № 3. – 2010. – С. 58-63. – ISSN 1994-408х.
193. Идрышева, С.К. Мониторинг законодательства Республики Казахстан в сфере исключительных прав на некоторые средства индивидуализации субъектов гражданского оборота и производимых ими товаров, работ и услуг / С.К. Идрышева // Вестник Института законодательства Республики Казахстан. - № 4. – 2012. – С. 22-26. - ISSN 1994-408х.
194. Калятин, В.О. Развитие системы регулирования распоряжения правами на интеллектуальную собственность в России / В.О. Калятин // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2018. - № 2. – С. 54-63. – ISSN 2072-4098.
195. Кандауров, А.И. Коммерческое обозначение: новеллы права и правоприменения / А.И. Кандауров // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. - № 2. – С. 113-117. - ISSN 1819-8813.
196. Карпычев, М.В. Взыскание компенсации, как мера альтернативная возмещению убытков : сборник статей VI международной научно-практической конференции «Проблемы взыскания убытков в российском правопорядке» / М.В. Карпычев. – Москва : Московская академия экономики и права, 2016. - С. 167 - 178. – ISBN отсутствует.
197. Карцхия, А.А. Цифровой императив: новые технологии создают новую реальность / А.А. Карцхия // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. – 2017. - № 8. – С. 17-26. - ISSN 0201-7059.
198. Карцхия, А.А. Цифровая революция: новые технологии и новая реальность / А.А. Карцхия // Правовая информатика. – 2017. - № 1. - С. 13-18. – ISSN 1994-1404, eISSN 1994-1404.
199. Кат, З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение за рубежом / З.Р. Кат // Пробелы в российском законодательстве. – 2013. - № 2. – С. 59-61. - ISSN 2072-3164, eISSN 2310-7049.

200. Ключун, Т.Г. Проблемы правового регулирования отношений, объектом которых выступают коммерческие обозначения / Т.Г. Ключун // Хозяйство и право, 2007. - № 4. – С. 65-74. - ISSN 0134-2398.
201. Козлова, Н.П. Факторы, формирующие имидж и деловую репутацию компании / Н.П. Козлова // Риск: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. - 2011. - № 3. - С. 219-222. - ISSN 0130-3848.
202. Козлова, Н.В. Общеизвестные товарные знаки: понятие и особенности правовой охраны / Н.В. Козлова, А.С. Ворожеевич // Закон. - 2015. - № 12. - С. 179-190. - ISSN 0869-4400.
203. Колодин, Д.Н. Отсутствие критериев установления пределов территории в контексте статьи 1539 ГК РФ / Д.Н. Колодин // Наука и современность. – 2011. - № 12-3. – С. 290-293. – ISSN отсутствует.
204. Кольздорф, М.А. Нарушение исключительного права в сети Интернет: спорные вопросы защиты / М.А. Кольздорф // Информационно-аналитический журнал «Арбитражные споры». – 2018. - № 3. – С. 115-134. - ISSN 1560-5884.
205. Кондратьева, Е.А. Правовая природа фирменного наименования и коммерческого обозначения / Е.А. Кондратьева // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. - 2009. - № 4. - С. 16-23. - ISSN 0201-7059.
206. Костюченко, Н.Н. Судьба активов при реорганизации коммерческих юридических лиц / Н.Н. Костюченко // Законы России: опыт, анализ, практика. - 2009. - № 11. - С. 59-66. - ISSN 1992-8041.
207. Котельников, Н.В. Договорные формы распоряжения исключительными правами / Н.В. Котельников // Вестник Волгоградской академии МВД России. - 2009. - № 2. - С. 24-27. - ISSN 2074-8183.
208. Краснова, С.А. Компенсация за нарушение исключительных прав: казнить нельзя помиловать? / С.А. Краснова // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2019. - № 9. – С. 20-27. – ISSN 0201-7067.

209. Крылова, Ю.А. Проблемы правопреемства при реорганизации юридических лиц / Ю.А. Крылова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. - 2009. - № 2. - С. 103-110. - ISSN 1995-4190, eISSN 2658-7106.
210. Крюкова, Е.С. Индивидуальный предприниматель и самозанятый гражданин: соотношение понятий / Е.С. Крюкова, В.Д. Рузанова // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2018. - № 3. – С. 21-26.- ISSN 1992-8041.
211. Кузнецова, Л.В. Вопросы гражданско-правовой ответственности агрегаторов электронной коммерции / Л.В. Кузнецова // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование) : сборник статей. – Москва : Статут, 2019. – С. 39-65. - ISBN 978-5-8354-1510-6.
212. Куприянова, Л.М. К вопросу о компенсации за нарушение исключительных прав / Л.М. Куприянова, С.В. Николукин // Современный юрист. - 2019. - № 4. - С. 51- 59. - ISSN 2304-960X.
213. Куропацкая, Е.Г. Особенности наследования исключительных прав на средства индивидуализации и доменное имя / Е.Г. Куропацкая // Нотариальный вестникъ. – 2018. - № 12. – С. 45-51. – ISSN 1819-6624.
214. Лесовская, М.И. Дилемма легализации самозанятых / М.И. Лесовская // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2019. – № 1. – С. 94-108. - ISSN 2500-1825.
215. Лиджиева, К.В. Проблемы определения статуса самозанятых граждан: гражданско-правовой аспект : сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 40-летию университета «Актуальные проблемы развития гражданского права и гражданского процесса» / К.В. Лиджиева, Е.А. Гунаев. – Краснодар : Издательство ФГКОУ ВПО «Краснодарский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации», 2017. – С. 184.-190. - ISBN 978-5-9266-1240-7.
216. Логинова, Н.И. К вопросу о соотношении права на фирменное наименование с правом на коммерческое обозначение / Н.И. Логинова // Пробелы

в российском законодательстве. – 2011. - № 5. – С. 71-75. – ISSN 2072-3164, eISSN 2310-7049.

217. Логинова, Н.И. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия / Н.И. Логинова // Вестник Ивановского государственного университета. Серия : Естественные, общественные науки. – 2009. - № 4. – С. 3-11. - eISSN 2500-2783.

218. Лоренц, Д.В. Информационные посредники (провайдеры) в России и зарубежных странах: природа, сущность и типология / Д.В. Лоренц // Вестник экономического правосудия Российской Федерации. – 2020. - № 5. – С. 136-163. - ISSN 2500-2643.

219. Лядацева - Ильичева, М.Н. Система гражданского (частного) права в России второй половины XIX – начала XX века: историко-теоретический аспект / М.Н. Лядацева-Ильичева // Вестник Саратовской государственной юридической академии. - 2014. - № 2. - С. 36-41. - ISSN 2227-7315.

220. Марков, П.А. Реорганизация и поглощение: проблемы соотношения понятий / П.А. Марков // Вестник арбитражной практики. – 2011. - № 5. – С. 5-18. - ISSN 2223-1498.

221. Марков, П.А. Реорганизация и поглощение: проблемы соотношения понятий / П.А. Марков // Вестник арбитражной практики. – 2011. - № 6– С. 5-14. - ISSN 2223-1498.

222. Матвеев, А.Г. Дискреционное право суда изменять вид компенсации за нарушение исключительного права / А.Г. Матвеев // Пермский юридический альманах. – 2018. - № 1. – С. 248-253. – ISSN 2618-8260.

223. Мисник, Н.Н. Средства индивидуализации в пространстве электронного бизнеса / Н.Н. Мисник, П.Н. Пархоменко // Информационное противодействие угрозам терроризма. – 2006. - № 6. – С. 71-73. - eISSN 2219-8792.

224. Морева, И.М. Актуальные вопросы взыскания в судебном порядке компенсации за незаконное использование товарного знака / И.М. Морева // Судья. – 2016. - № 4. – С. 56-58. - ISSN 2542-0348.

225. Морхат, П.М. Особенности правового регулирования использования искусственного интеллекта / П.М. Морхат // Аграрное и земельное право. – 2017. - № 9. – С. 61-65. - ISSN 1815-1329.
226. Морхат, П.М. Совершенствование российского законодательства в части регулирования правового положения юнитов искусственного интеллекта в сфере права интеллектуальной собственности / П.М. Морхат // Бизнес. Образование. Право. – 2018. - № 4. - С. 326-329. - ISSN 1990-536X.
227. Нагаев, С.В. Понятие коммерческого обозначения / С.В. Нагаев // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2011. - № 1. – С. 105-106. – ISSN отсутствует.
228. Нагорный, Р.С. Доменное имя как объект гражданского права / Р.С. Нагорный // Журнал российского права. – 2008. - № 2. - С. 122-132. - ISSN 1605-6590, eISSN 2500-4298.
229. Надькина, А.А. Новые подходы реализации правового механизма легализации самозанятых граждан / А.А. Надькина, Ф.К. Туктарова // Тенденции развития науки и образования. – 2019. - № 49-8. – С. 72-77. – ISSN отсутствует.
230. Наумов, В.Б. Правовая идентификация субъектов в Интернете / В.Б. Наумов // Право и государство: теория и практика. – 2016. - № 5. – С. 148 – 152. – ISSN 1815-1337.
231. Некотенева, М.В. Электронная коммерция и некоторые особенности защиты прав потребителей в соответствии с правом ЕС / М.В. Некотенева // Lex russica. – 2019. - № 11. – С. 140-145. - ISSN 1729-5920.
232. Никонорова, О.Н. Понятие и виды форм распоряжения правом на коммерческое обозначение / О.Н. Никонорова // Законы России: опыт, анализ, практика. - 2008. - № 6. - С. 109-112. - ISSN 1992-8041.
233. Новоселова, Л.А. Элемент вины в нарушении исключительного права на товарный знак / Л.А. Новоселова, А.С. Ворожевич // Российской судья. – 2018. - № 7. – С. 12-16. - ISSN 1812-3791.

234. Новосельцев, О.В. Оценка интеллектуальной собственности в уставном капитале / О.В. Новосельцев // Вопросы оценки. - 1997. - С.24-29. – ISSN 2224-0764.
235. Ожева, З.Р. Основания возникновения исключительных прав на коммерческое обозначение: теория и практика / З.Р. Ожева, Н.И. Косякова // Закон. Право. Государство. – 2016. - № 2. – С. 118-129. – ISSN 2312-3958.
236. Омарова, Ю.А. Средства индивидуализации граждан / Ю.А. Омарова // Актуальные проблемы российского права. – 2018. - № 6. – С.75-81. - ISSN 1994-1471.
237. Орлова, Е. Специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» / Е. Орлова // Налоговый вестник – Консультации. Разъяснения. Мнения. – 2019. - № 1. – С. 28-40. – ISSN отсутствует.
238. Павлова, М.С. Правовой режим доменного имени и категории доменных споров в законодательстве и судебной практике Российской Федерации / М.С. Павлова, К.А. Суханов // Журнал «Бизнес. Общество. Власть». – 2018. - № 1. – С.243-254. - eISSN 2309-4044.
239. Панкова, М.Н. Функции и критерии охраноспособности товарных знаков в Российской Федерации / М.Н. Панкова // Вестник Военного университета. - 2011. -№ 4. - С. 109-115. - ISSN 1991-8186.
240. Петренко, О.В. Особенности возникновения исключительного права на коммерческое обозначение / О.В. Петренко // Безопасность бизнеса. - 2011. - № 3. – С. 33-35. - ISSN 2072-3644.
241. Поландова, Л.И. Коммерческое обозначение в части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации / Л.И. Поландова, Н. Е. Воробьева // Экономические и гуманитарные науки. – 2010. - № 9. - С. 3-6. - ISSN 2073-7424.
242. Попов, А.В. К вопросу о предмете договора коммерческой концессии / А.В. Попов // Образование и право. - 2012. - № 8. – С. 26-30. – ISSN 2076-1503.

243. Порошин, Е.А. Доменное имя как средство индивидуализации / Е.А. Порошин, И.А. Волынкина // Гражданское общество и правовое государство. – 2011. Том 2. – С. 83-86. – ISSN отсутствует.
244. Рассолов, И.М. Правовые проблемы электронной торговли и электронных платежей в Российской Федерации / И.М. Рассолов // Государственный аудит. Право. Экономика. – 2012. - № 3. – С. 74-79. – ISSN 2304-9103.
245. Рахматулина, Р.Ш. Залог интеллектуальных прав: проблемы регулирования и правоприменения / Р.Ш. Рахматулина // Законы России : опыт, анализ, практика. -2014. - № 11. - С. 41-45. - ISSN 1992-8041.
246. Рахматулина, Р.Ш. Соотношение средств индивидуализации в праве интеллектуальной собственности / Р.Ш. Рахматулина // Право и экономика. - 2015. - № 5. - С. 59-63. - ISSN 0869-7671.
247. Рахматулина, Р.Ш. Средства индивидуализации и другие обозначения в праве интеллектуальной собственности / Р.Ш. Рахматулина // Вестник Финансового университета. – 2012. - № 3. – С. 57-63. - ISSN 2221-1632, eISSN 2221-1640.
248. Рожкова, М.А. К вопросу о защите интеллектуальных прав : сборник материалов 2-й ежегодной международной научно-практической конференции «Защита частных прав: проблемы теории и практики» / М.А. Рожкова ; под редакцией Н.П. Асланян, Ю.В. Виниченко. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2013. – С. 114-122. - ISBN 978-5-7253-2662-8.
249. Рожкова, М.А. Фирменное наименование – «чужой» среди объектов интеллектуальных прав / М.А. Рожкова, А.С. Ворожевич // Хозяйство и право. - 2014. - № 11. - С. 57 - 68. - ISSN 0134-2398.
250. Рузакова, О.А. Проблемы договорных отношений в сфере интеллектуальной собственности / О.А. Рузакова // Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2010. - № 4. - С. 65-69. - ISSN 2072-4098.

251. Рузакова, О.А. Функции ответственности за нарушение исключительного права на товарный знак / О.А. Рузакова // Патенты и лицензии. - 2018. - № 6. - С. 16 - 22. - ISSN 2413-5631.

252. Рузакова, О.А. Компенсация и убытки: соотношение институтов / О.А. Рузакова, А.И. Пирогов // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2019. - № 1. – С. 13-19. - ISSN 2413-5631.

253. Рузакова, О.А. Договор доверительного управления исключительными правами / О.А. Рузакова, А.Б. Рузаков // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. – 2017. - № 1. – С. 42-51. - ISSN 2413-5631.

254. Ручкина, Г.Ф. Искусственный интеллект, роботы и объекты робототехники: к вопросу о теории правового регулирования в Российской Федерации / Г.Ф. Ручкина // Банковское право. – 2020. - № 1. – С. 7-18. - ISSN 1812-3945.

255. Ручкина, Г.Ф. К вопросу об особенностях оформления прав на служебные результаты интеллектуальной деятельности и передаче прав на них / Г.Ф. Ручкина // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2018. - № 9. – С. 57-63. - ISSN 2072-4098.

256. Ручкина, Г.Ф. К вопросу о совершенствовании мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях цифровой экономики / Г. Ф. Ручкина // Предпринимательское право. – 2019. - № 4. – С. 13-20. - ISSN 1999-4788.

257. Ручкина, Г.Ф. К вопросу о совершенствовании правового регулирования деятельности самозанятых граждан в Российской Федерации / Г. Ф. Ручкина // Налоги – журнал. – 2020. - № 1. – С. 42-46. - ISSN 1999-4796.

258. Семенов, В.В. Компенсация за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности: вопросы теории и практики / В.В. Семенов // Юрист. – 2019. - № 5. – С. 18-22. - ISSN 1812-3929.

259. Свищева, Е.И. Возможность перехода исключительного права на коммерческое обозначение к новому правообладателю без заключения договора /

Е.И. Свищева // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия : Юридические науки. – 2016. - № 2 (22). – С. 94-100. - ISSN 2076-9113.

260. Свищева, Е.И. Защита исключительного права на коммерческое обозначение / Е.И. Свищева // Вестник арбитражной практики. – 2014. - № 4 (53). – С. 36-41. - ISSN 2223-1498.

261. Свищева, Е.И. Коммерческое обозначение: актуальные вопросы индивидуализации / Е.И. Свищева // Вестник арбитражной практики. – 2020. - № 2 (87). – С. 49-56. - ISSN 2223-1498.

262. Свищева, Е.И. Коммерческое обозначение как конкурентное преимущество для отраслевых предприятий / Е.И. Свищева // Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие : сборник материалов IV Всероссийской научной конференции. – Москва : «Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2020. – С. 201-210. - ISBN 978-5-394-03991-1.

263. Свищева, Е.И. О добровольной регистрации исключительного права на коммерческое обозначение / Е.И. Свищева // Право и экономика. – 2020. – № 4 (386). - С. 62-66. - ISSN 0869-7671.

264. Свищева, Е.И. Особенности распоряжения правом на коммерческое обозначение по гражданско-правовым договорам / Е.И. Свищева // Право и экономика. – 2014. - № 7 (317). – С. 41-47. - ISSN 0869-7671.

265. Свищева, Е.И. Понятие коммерческого обозначения как охраняемого объекта интеллектуальных прав / Е.И. Свищева // Право и экономика. – 2014. - № 6 (315). – С. 42-46. - ISSN 0869-7671.

266. Свищева, Е.И. Признаки охраноспособности коммерческих обозначений / Е.И. Свищева // Вестник арбитражной практики. – 2014. - № 3 (52). – С. 16-21. - ISSN 2223-1498.

267. Свищева, Е.И. Проблемы использования коммерческих обозначений для индивидуализации предприятий: на примере Франции и России / Е.И. Свищева // Предпринимательство и бизнес в условиях экономической нестабильности : сборник материалов III Международного научного конгресса. –

Москва : Издательство «Научный консультант», 2015. – С. 18-20. – ISBN 978-5-9906383-9-6.

268. Свищева, Е.И. Условия возникновения прав на коммерческое обозначение / Е.И. Свищева // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия : Юридические науки. – 2016. - № 4 (24). – С. 83-91. - ISSN 2076-9113.

269. Серго, А. Доменные имена как средство индивидуализации / А. Серго // Хозяйство и право. – 2011. - № 5. – С. 90-96. – ISSN 0134-2398.

270. Смирнова, Е.А. Проблемы определения размера компенсации за нарушение исключительного права / Е.А. Смирнова, А.А. Шишанова // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. – 2018. - № 3. – С. 13-24. - ISSN 0201-7067.

271. Солоненко, А.А. Учет при реорганизации обществ в форме выделения / А.А. Солоненко, З.В. Самбура // Бухгалтерский учет. - 2009. - № 5. - С. 70-73. - ISSN 0321-0154.

272. Сорокина, А.И. Правовая природа прав на средства индивидуализации / А.И. Сорокина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия : Философия. Социология. Право. – 2011. - № 20. – С. 201-207. - ISSN 2075-4566.

273. Старженецкий, В.В. Столкновение средств индивидуализации: подходы судебной практики / В.В. Старженецкий ; по редакцией М.М. Богуславского, А.Г. Светланова // Интеллектуальная собственность в России и ЕС: правовые проблемы : сборник статей. – Москва : Волтерс Клувер, 2008. – С. 239-262. - ISBN 978-5-466-00337-6.

274. Субботин, В.И. Право на коммерческое обозначение / В.И. Субботин // Мировая наука. - 2019. - № 12. - С. 406-409. - eISSN 2541-9285.

275. Сурова, С.В. Исключительное право на товарный знак и его функции / С.В. Сурова // Бизнес. Образование. Право. - 2015. - № 1. - С. 263-266. - ISSN 1990-536X.

276. Суханов, Е.А. О понятии и видах вещных прав в Российском гражданском праве / Е.А. Суханов // Журнал российского права. - 2006. - № 12. - С. 42-50. - ISSN 1605-6590, eISSN 2500-4298.
277. Суханов, Е.А. Право собственности в современной России: несколько принципиальных тезисов / Е.А. Суханов // Россия и современный мир. - 2001. - № 3. - С. 102 - 108. - ISSN 1726-5223.
278. Таглина, В. О сложностях покупки предприятия: определение предмета сделки и особенности передачи предприятия / В. Таглина // Корпоративный юрист. - 2010. - № 10. - С. 32 - 38. – ISSN отсутствует.
279. Тимиргалеева, Р.Р. Формирование корпоративного имиджа предприятия / Р.Р. Тимиргалеева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2017. - № 1. - С. 28-34. - eISSN 2304-120X.
280. Трофимова, Г.А. Правовая природа договора об отчуждении исключительного права / Г.А. Трофимова // Юридический мир. - 2013. - № 5. - С. 35 - 39. - ISSN 1811-1475.
281. Тужилова – Орданская, Е.М. К вопросу о наследовании предприятия как объекта гражданских прав / Е.М. Тужилова-Орданская, И.Н. Евтушенко // Наследственное право. - 2012. - № 2. – С. 42-44. - ISSN 2072-4179.
282. Тюлькин, А.А. Особенности предоставления правовой охраны средствам индивидуализации / А.А. Тюлькин // Актуальные проблемы российского права. - 2014. - № 9. - С. 1942-1948. - ISSN 1994-1471.
283. Тюлькин, А.А. Содержание объекта, индивидуализируемого коммерческим обозначением / А.А. Тюлькин // Вестник Пермского Университета : Юридические науки. - 2014. - № 1. - С. 226-233. - ISSN 1995-4190, eISSN 2658-7106.
284. Тюлькин, А.А. Функции средств индивидуализации / А.А. Тюлькин // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2014. - № 2. – С. 150-159. - ISSN 1995-4190, eISSN 2658-7106.
285. Уланова, О.И. Теоретические основы развития самозанятости в Российской Федерации : сборник материалов II Международной научной

конференции «Тенденции экономического развития XXI века» / О.И. Уланова ; под редакцией А.А. Королёва и [и др.]. – Минск : Белорусский государственный университет, 2020. – С. 106-108. – ISBN 978-985-566-935-8.

286. Фролова, Н.М. Наследование исключительного права на коммерческое обозначение и наименование места происхождения товаров / Н.М. Фролова // Законы России : опыт, анализ, практика. – 2018. - № 10. – С. 36-40. – ISSN 1992-8041.

287. Харитонова, Ю.С. Договоры об объединении как самостоятельный тип договоров / Ю.С. Харитонова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. - 2012. - № 3. - С. 167-179. - ISSN 1995-4190, eISSN 2658-7106.

288. Харитонова, Ю.С. Правовые вопросы использования псевдонима как средства идентификации гражданина / Ю.С. Харитонова // Юрист. – 2017. - № 2. – С. 41-46. - ISSN 1812-3929.

289. Харитонова, Ю.С. Правовые механизмы создания и защиты имиджа коммерсанта / Ю.С. Харитонова // Вестник Пермского университета. Юридические науки. - 2016. - № 34. - С. 451-460. - ISSN 1995-4190, eISSN 2658-7106.

290. Харитонова, Ю.С. Использование типичных и нетипичных средств индивидуализации для стимулирования спроса и продвижения отечественных товаров в условиях импортозамещения / Ю.С. Харитонова // Журнал предпринимательского и корпоративного права. – 2016. - № 3. – С. 20-25. - ISSN 2500-2899.

291. Холодная, Е.В. О перспективных направлениях правового регулирования в сфере технологии искусственного интеллекта / Е.В. Холодная // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). – 2019. - № 12. - С. 89-96. - ISSN 2311-5998.

292. Цуканова, Е.Ю. К вопросу правового статуса самозанятых граждан / Е.Ю. Цуканова, Е.А. Придатко // Вопросы российского и международного права. – 2016. - № 9. - С. 196-203. - ISSN 2222-5129.

293. Цыбанков, Д.Л. Проблема правового регулирования интеллектуальных прав на доменное имя / Д.Л. Цыбанков, Н.А. Внуков, С.А. Абрамов // Вестник арбитражной практики. – 2017. № 5. – С. 65-71. - ISSN 2223-1498.
294. Черешнева, И.А. Экспериментальный правовой режим в сфере цифровых инноваций: в поисках направления / И.А. Черешнева // Modern Science. – 2019. - № 9-1. – С. 158-162. – ISSN 2414-9918.
295. Черничкина, Г.Н. О едином значении термина «компенсация», применяемого в части четвертой ГК РФ / Г.Н. Черничкина // Современное право. – 2016. - № 7. – С. 72–79. - ISSN 1991-6027, eISSN 2306-7624.
296. Чупрунов, И.С. Залог в сфере интеллектуальных прав / И.С. Чупрунов ; руководитель авторского коллектива и ответственный редактор М.А. Рожкова // Меры обеспечения и меры ответственности в гражданском праве : сборник статей. – Москва : Статут, 2010. - С. 92–128. - ISBN 978-5-8354-0615-9.
297. Шайдуллина, В.К. К вопросу о правовом регулировании электронной торговли / В.К. Шайдуллина // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. - № 1. Том 8. – С. 367–370. - ISSN 2311-0066.
298. Шайдуллина, В.К. Электронная торговля и перспективы ее развития в мировой экономике / В.К. Шайдуллина // Вестник Университета. – 2019. - № 3. – С. 114–119. - ISSN 1816–4277.
299. Шайдуллина, В.К. Состояние и перспективы электронной торговли в России / В.К. Шайдуллина // Вестник Университета. – 2019. - № 4. – С. 118-123. – ISSN 1816-4277.
300. Шахназаров, Б.А. Территориальный принцип охраны интеллектуальной собственности и действие государственного суверенитета в цифровом пространстве / Б.А. Шахназаров // Lex russica (Русский закон). – 2018. – № 12. – С. 132-144. - ISSN 1729-5920, eISSN 2686-7869.
301. Шишкин, Д.А. Соотношение фирменных наименований и коммерческих обозначений / Д.А. Шишкин // Российская юстиция. - 2008. - № 6. – С. 5-8. - ISSN 0131-6761.

302. Шишкин, Д.А. Фирменные наименования и коммерческие обозначения в законодательстве зарубежных стран / Д.А. Шишкин // Российская юстиция. - 2009. - № 3. – С. 13-18. - ISSN 0131-6761.

303. Шпангель, Ф.Ф. Проблемы правового статуса индивидуального предпринимателя и иных субъектов предпринимательской деятельности / Ф.Ф. Шпангель, А.Ю. Ермаков // Актуальные проблемы правождения. – 2018. - № 2. – С. 35-40. - ISSN 2070-1039.

304. Щербаков, М.Г. Проблемы правового регулирования трансформации статуса искусственного интеллекта: постановка проблемы / М.Г. Щербаков // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Юридические науки. – 2019. – № 3. Том 5. - С. 73-81. - ISSN 2413-1733.

305. Щербакова, Е.В. Использование геолокационных данных в сфере электронной коммерции / Е.В. Щербакова // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование) : сборник статей. – Москва : Статут, 2019. – С. 114-130. - ISBN 978-5-8354-1510-6.

306. Якупов, В.Р. Договорные формы отчуждения исключительных прав / В.Р. Якупов // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. –№ 3. Том 8. – С. 241-245. - ISSN 2311-0066.

307. Gold, A. Brands under Threat on the web / A. Gold // Managing Intellectual Property. – 2005. - № 151. – P. 54-55. – ISSN отсутствует.

Электронные ресурсы

308. Ворожевич, А.С. Защита брендов: стратегии, системы, методы : учебное пособие для магистров / А.С. Ворожевич. – Москва : Проспект, 2017. – 144 с. - Справочно-правовая система «Гарант» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/77772144/>. (дата обращения: 25.04.2021).

309. Грибанов, А.В. Предприятие как имущественный комплекс (объект права) по праву России и Германии : монография / А.В. Грибанов. –

Москва : Инфотропик Медиа, 2010. – 600 с. - ISBN 978-5-9998-0002-2 - Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=CMB&n=17096#02451236763467246>. (дата обращения: 08.09.2021).

310. Гришаев, С.П. Новое в законодательстве о доверительном управлении наследственным имуществом / С.П. Гришаев. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=CJ&n=114251#029916650514036736>. (дата обращения: 14.08.2021).

311. Калятин, В.О. Право на коммерческое обозначение : научно-практический комментарий судебной практики в сфере защиты интеллектуальных прав» / В.О. Калятин, Е.А. Павлова ; под общей редакцией Л.А.Новоселовой. - Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <http://base.garant.ru/57509327/> (дата обращения: 29.08.2021).

312. Климкин, С.И. Договор франчайзинга в Гражданском кодексе Республики Казахстан / С.И. Климкин // Юрист. – 2005. - №.5. - Информационная система «Параграф «Юрист». - Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30059790. (дата обращения: 10.04.2021).

313. Климкин, С.И. Отдельные виды обязательств в Гражданском кодексе РК (Особенная часть) : курс лекций / С.И. Климкин. – Алматы : НИЦ КОУ, 2010. - 68 с. - Информационная система «Параграф «Юрист». - Текст : электронный. - URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39916638&mode=r#pos=1;-16 (дата обращения: 10.04.2021).

314. Манифест от 17.06.1818 «О привилегиях на разные изобретения и открытия в художественных ремеслах» : извлечение из книги «Законодательство императора Александра I. 1812-1815 годы» / составитель и автор вступительной статьи В.А. Томсинов. – Зерцало, 2011. - Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/58102449/> (дата обращения: 20.01.2021).

315. Рожкова, М.А. Средства и способы правовой защиты сторон коммерческого спора : монография / М.А. Рожкова : сайт доктора юридических наук, профессора М.А. Рожковой. - Текст : электронный. - URL: <http://rozhkova.com/pdf/SSPZSKS.pdf>. (дата обращения: 29.06.2021).

316. Рожкова, М.А. Торговая марка, сервисный знак, производственная марка, товарный знак... бренд? / М.А. Рожкова : сайт ООО «Издательская группа «Закон». - Текст : электронный. - URL: https://zakon.ru/blog/2017/3/14/torgovaya_marka_servisnyj_znak_proizvodstvennaya_marka_tovarnyj_znak%E2%80%A6_brend. (дата обращения: 29.06.2021).

317. Рожкова, М.А. Цивилистическая концепция интеллектуальной собственности в системе российского права : монография / А.А. Богустов, В.Н. Глонина, М.А. Рожкова [и др.] ; под общей редакцией М.А. Рожковой. - Москва : Статут, 2018. - 271 с. : сайт доктора юридических наук, профессора М.А. Рожковой. - Текст : электронный. - URL: https://rozhkova.com/books_text/CIVILconcept.pdf. (дата обращения: 29.06.2021).

318. Рузакова, О.А. Право интеллектуальной собственности. Том 3: Средства индивидуализации (Глава 8. Правовая охрана коммерческого обозначения) : учебник / О.А. Рузакова, Е.Ю. Пашкова, Е.В. Ульянова [и др.] ; под общей редакцией Л.А. Новоселовой. – Москва : Статут, 2018. – 432 с. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=home#doc/CMB/18604/0/15963567_0105. (дата обращения: 10.07.2021).

319. Рыкова, И.В. Настоящее и будущее договора коммерческой концессии / И.В. Рыкова // Справочно-поисковая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/59604468/>. (дата обращения: 10.08.2021).

320. Соколова, Г. Коммерческое обозначение: защита от конкурентов / Г. Соколова // Справочно-поисковая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/5694003/#friends>. (дата обращения: 10.03.2021).

321. Суханов, Е.А. Вещное право : научно-познавательный очерк / Е.А. Суханов. – Москва : Статут, 2017. – 560 с. - Справочно-правовая система

«Консультант Плюс» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=CMB&n=18346#09355662477787563>. (дата обращения: 05.04.2021).

322. Харитонов, Ю.С. Управление в гражданском праве : проблемы теории и практики / Ю.С. Харитонов. – Москва : Норма : ИНФРА-М, 2011. – 302 с. - Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/58102933/>. (дата обращения: 08.05.2021).

323. Ходырева, Е.А. Предприятие как объект наследственного правопреемства / Е.А. Ходырева. – Москва : Норма, Инфра-М, 2010. - 192 с. - Справочно-правовая система «Консультант Плюс» : Постатейные комментарии и книги. – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=CMB&n=16637#09991706733940113>. (дата обращения: 11.10.2021).

324. Боты изобрели свой язык: почему Facebook испугался искусственного интеллекта? Официальный сайт «Русская служба NEWS BBC». – Текст : электронный. - URL: <https://www.bbc.com/russian/features-40778454>. (дата обращения: 30.01.2021).

325. Брифинг Заместителя Председателя Правительства Российской Федерации Юрия Борисова по завершении совещания о развитии электронной промышленности от 25.03.2020 : официальный сайт Правительства Российской Федерации. – Текст : электронный. - URL: <http://government.ru/news/39271/>. (дата обращения: 08.05.2021).

326. Ведение добровольного Реестра коммерческих обозначений : официальный сайт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации. – Текст : электронный. - URL: <https://uslugi.tpprf.ru/ru/services/32014/>. (дата обращения: 14.06.2021).

327. Вступительное слово Д.А. Медведева на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России, 17 февраля 2015 года : официальный сайт Правительства Российской Федерации. – Текст : электронный. - URL: <http://government.ru/news/16924/>. (дата обращения: 25.03.2021).

328. Данные по формам статистической налоговой отчетности : Отчет по форме № 1-ЮР (2020 год) : официальный сайт Федеральной налоговой службы. – Текст : электронный. - URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/9558929/. (дата обращения: 03.08.2021).

329. Интернет-торговля в России выросла почти на 60 % в 2020 году : официальный сайт Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации. – Текст : электронный. - URL: <https://ac.gov.ru/news/page/internet-torgovla-v-rossii-vyroslo-pochti-na-60-v-2020-godu-26973> (дата обращения: 28 июля 2021).

330. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_21887/. (дата обращения: 19.07.2021).

331. Информационное письмо Роспатента от 30.01.2009 «О регистрации коммерческих обозначений». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=86423>. (дата обращения: 19.06.2021).

332. Михаил Мишустин принял участие в работе Международного форума «Цифровое будущее глобальной экономики» : официальный сайт Правительства Российской Федерации. - Текст: электронный. - URL: <http://government.ru/news/38885/>. (дата обращения: 14.02.2021).

333. Письмо ФАС России от 13.02.2015 № АД/6320/15 «О разграничении понятий вывеска и реклама». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=138481#0>. (дата обращения: 04.07.2021).

334. Письмо ФАС от 23.07.2009 № АЦ/24234 «О разграничении понятий реклама и вывеска». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=105162>. (дата обращения: 04.07.2021).

335. Письмо Федеральной нотариальной палаты от 07.02.2013 № 218/06-06 «О порядке установления режима работы нотариальной конторы». - Справочно-правовая система «Гарант». – Текст : электронный. - URL: <https://base.garant.ru/70811450/>. (дата обращения: 04.07.2021).

336. Письмо Минтруда России от 27.12.2019 № 18-2/10/В-11200 «Методические рекомендации по вопросам представления сведений о доходах, расходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера и заполнения соответствующей формы справки в 2020 году (за отчетный 2019 год)» : официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. Методические материалы. – Текст : электронный. - URL: <https://mintrud.gov.ru/ministry/anticorruption/Methods/13>. (дата обращения: 30.01.2021).

337. Письмо ФНС РФ от 22.02.2011 № КЕ-4-3/2878@ «О направлении письма Минфина России». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111097/fa759bc4c82f5207385a1e912400d3a7aa8eefad/. (дата обращения: 04.07.2021).

338. Письмо ФНС России от 02.02.2017 № ГД-4-14/1786@ «О постановке на учет (снятии с учета) физического лица, не являющегося индивидуальным предпринимателем и оказывающего без привлечения наемных работников услуги физическому лицу для личных, домашних и (или) иных подобных нужд». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_214086/96c60c11ee5b73882df84a7de3c4fb18f1a01961/. (дата обращения: 04.07.2021).

339. Письмо ФАС от 31.05.2010 № АК/16754 «О применении ст.19 Закона о рекламе». - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=138481>. (дата обращения: 04.07.2021).

340. Правила использования сервиса «Яндекс. Маркет» : официальный сайт ООО «Яндекс». Правовые документы. – Текст : электронный. - URL: https://yandex.ru/legal/market_termsofuse/. (дата обращения: 10.02.2021).

341. Предоставление сведений из ЕГРЮЛ / ЕГРИП в электронном виде : официальный сайт Федеральной налоговой службы. – Текст : электронный. - URL: <https://egrul.nalog.ru/index.html>. (дата обращения: 03.08.2021).

342. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России). - Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/. (дата обращения: 03.08.2021).

343. Разъяснения А.Д. Кудаква по поводу Информационного письма Роспатента от 30.01.2009 № 10/37-68/23 «О регистрации коммерческих обозначений : сайт патентного поверенного А.Д. Кудаква. – Текст : электронный. - URL: <http://www.reestrko.ru/rospatentletter.shtml>. (дата обращения: 10.06.2021).

344. «Реестр российских коммерческих обозначений» : сайт патентного поверенного А.Д. Кудаква. – Текст : электронный. - URL: http://www.reestrko.ru/index.php?mode=all_tm. (дата обращения: 10.06.2021).

345. Реестр коммерческих обозначений предприятий и предпринимателей города Москвы : официальный сайт Московской торгово-промышленной палаты. – Текст : электронный. - URL: <https://b2b-market.world/product/uslugi-dlya-biznesa/reestry/vnesenie-v-reestr-kommercheskikh-oboznacheniy.html>. (дата обращения: 10.06.2021).

346. Эксперты сообщили о росте рынка интернет - торговли в России на 44 % : официальный сайт Ассоциации компаний интернет-торговли. – Текст : электронный. - URL: https://akit.ru/experts_said_forecast/. (дата обращения: 27.07.2021).

347. Barenkamp, M. Applications of AI in classical software engineering / M. Barenkamp, J. Rebstadt, O. Thomas // SpringerOpen. Research article. – Текст :

электронный. - URL: <https://aiperspectives.springeropen.com/articles/10.1186/s42467-020-00005-4>. (дата обращения: 02.02.2021).

348. Bryson, Dr. J. AI & Global Governance: No one should trust AI / Dr. J. Bryson // UNU-CPR. Centre for Policy Research. – Текст : электронный. - URL: <https://cpr.unu.edu/ai-global-governance-no-one-should-trust-ai.html> (дата обращения: 02.02.2021).

349. Cath, C. Artificial Intelligence and the «Good Society»: the US, EU, and UK approach / C. Cath, S. Wachter, B. Mittelstadt [and others] // SpringerLink. Science and Engineering Ethics. – Текст : электронный. - URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11948-017-9901-7>. (дата обращения: 02.02.2021).

350. Dahmen, T. Digital reality: a model-based approach to supervised learning from synthetic data / T. Dahmen, P. Trampert, F. Boughorbel [and others] // SpringerOpen. Research article. – Текст : электронный. - URL: <https://aiperspectives.springeropen.com/articles/10.1186/s42467-019-0002-0>. (дата обращения: 02.02.2021).

351. Ghallab, M. Responsible AI: requirements and challenges / M. Ghallab // SpringerOpen. Research article. – Текст : электронный. - URL: <https://aiperspectives.springeropen.com/articles/10.1186/s42467-019-0003-z>. (дата обращения: 02.02.2021).

352. Guide d'application de la Convention de Paris pour le protection de la propriété industrielle telle que révisée à Stockholm en 1967 par le professeur G.H.C. Bodenhausen directeur des BIRPI. - Le site officiel de l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle. – Текст : электронный. - URL: <https://www.wipo.int/treaties/fr/ip/paris/>. (дата обращения: 13.02.2021).

353. Humerick, M. Taking AI Personally : How the EU must learn to balance the interests of personal data and privacy and artificial intelligence / M. Humerick // Santa Clara High Technology Law Journal. - Volume 34. №. 4. - 2018. - Текст: электронный. - URL: <https://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1633&context=chtlj>. (дата обращения: 05.04.2021).

354. Jobin, A. The global landscape of AI ethics guidelines / A. Jobin, M. Ienca, E. Vayena // Journal «Nature Machine Intelligence». – Текст : электронный. - URL: <https://www.nature.com/articles/s42256-019-0088-2>. (дата обращения: 15.02.2021).
355. Floridi, L. AI4People - An Ethical Framework for a Good AI Society: Opportunities, Risks, Principles, and Recommendations / L. Floridi, J. Cowls, M. Beltrametti [and others] // SpringerLink. Minds and Machines. – Текст : электронный. - URL: <https://rd.springer.com/article/10.1007/s11023-018-9482-5>. (дата обращения: 15.02.2021).
356. Franklyn, D.J. Trademark as Search Engine Keywords : Much Ado About Something? / D.J. Franklyn, D.A. Hyman // Harvard Journal of Law & Technology. – Текст : электронный. - URL: <https://jolt.law.harvard.edu/articles/pdf/v26/26HarvJLTech481.pdf>. (дата обращения: 02.02.2021).
357. How to create a business name. - Official website «Entrepreneur Handbook». – Текст : электронный. - URL: <https://entrepreneurhandbook.co.uk/business-name/>. (дата обращения: 01.04.2021).
358. Le nom commercial / Registre Central du Commerce. - Le site officiel de l'Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale. – Текст : электронный. - URL: <http://www.ompic.org.ma/fr/content/le-nom-commercial>. (дата обращения: 01.04.2021).
359. Lessing, L. Law of the Horse: What Cyberlaw Might Teach / L. Lessing // Harvard Law Review. – 1999. - № 113. – Berkman Klein Centre for internet & society at Harvard University. – Текст : электронный. - URL: https://cyber.harvard.edu/works/lessig/LNC_Q_D2.PDF. (дата обращения: 23.03.2021).
360. Nom commercial, raison ou dénomination sociale, enseigne: quelles différences? - Le site officiel de l'administration française. – Текст : электронный. - URL: <http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F23283.xhtml>. (дата обращения: 20.02.2021).
361. Mittelstadt, B. Principles alone cannot guarantee ethical AI / B. Mittelstadt // SSRN's eLibrary. – Текст : электронный. - URL:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3391293. (дата обращения: 02.02.2021).

362. Protection de la dénomination sociale. - Le site officiel des greffes des Tribunaux de Commerce. – Текст : электронный. - URL: <https://www.infogreffe.fr/societes/informations-et-dossiers-entreprises/dossiers-thematiques/creation-entreprise/la-denomination-sociale.html?onglet=3>. (дата обращения: 05.02.2021).

363. Recherche avancée. - Le site officiel des greffes des Tribunaux de Commerce. – Текст : электронный. - URL: <https://www.infogreffe.fr/societes/recherche-siret-entreprise/chercher-siret-entreprise.html>. (дата обращения: 20.02.2021).

Приложение А

(информационное)

Проект основных положений Регламента ведения цифрового реестра коммерческих обозначений

1. Общие положения

1.1. Регламент ведения цифрового реестра коммерческих обозначений (далее – Регламент) определяет:

1.1.1. условия ведения цифрового Реестра коммерческих обозначений, используемых юридическими лицами, ИП, гражданами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП объединениями юридических лиц и (или) ИП, для индивидуализации предприятий, как имущественных комплексов, предпринимательской деятельности, осуществляемой, в том числе посредством сети «Интернет»;

1.1.2. порядок внесения коммерческих обозначений субъектами предпринимательской деятельности в цифровой реестр коммерческих обозначений (далее – Цифровой реестр);

1.1.3. условия интеграции Цифрового реестра с реестрами Федеральной службы в сфере интеллектуальной собственности, регистраторами доменных имен, реестрами Федеральной налоговой службы (ЕГРЮЛ, ЕГРИП).

1.2. Доступ к открытой части Цифрового реестра предоставляется на безвозмездной основе.

1.3. Доступ к закрытой части Цифрового реестра предоставляется посредством личного кабинета пользователя после процедуры регистрации и внесения пошлины, согласно тарифам, устанавливаемым Торгово-промышленной палатой Российской Федерации.

1.4. Ведение Цифрового реестра основывается на добровольной передаче правообладателями информации об используемом ими, планируемом к использованию коммерческом обозначении, обладающим необходимыми различительными признаками и получившим известность на определенной территории.

1.5. Выдача свидетельства на бумажном носителе о регистрации коммерческого обозначения в Цифровом реестре не предусмотрена. Свидетельство о регистрации коммерческого обозначения предоставляется в форме электронного документа.

2. Цели ведения Цифрового реестра

2.1. Основной целью ведения Цифрового реестра коммерческих обозначений является содействие правообладателям в реализации исключительных прав на коммерческие обозначения,

обеспечение их надлежащей охраны и защиты, минимизация возникновения судебных разбирательств при возникновении споров между правообладателями доменных имен, различных средств индивидуализации товаров, работ, услуг, предприятий, предпринимательской деятельности в случае использования обозначений тождественных или схожих до степени смешения, снижение случаев введения в заблуждение потребителей и контрагентов.

2.2. Данные цифрового реестра могут быть использованы правообладателями в качестве доказательства факта принадлежности им коммерческого обозначения, даты начала его использования, даты прекращения использования.

2.3. Цифровой реестр обеспечивает интеграцию с реестрами, указанными в пункте 1.1.3 настоящего Регламента, в целях обеспечения возможности сравнения предполагаемого к использованию обозначения с зарегистрированными товарными знаками, знаками обслуживания, общеизвестными товарными знаками, фирменными наименованиями, доменными именами, а также для обеспечения выбора коммерческого обозначения до начала его введения в гражданский оборот, исключения случаев смешения и тождества коммерческого обозначения с иными обозначенными средствами индивидуализации, доменными именами.

3. Орган, осуществляющий ведение Цифрового реестра

3.1. Торгово-промышленная палата Российской Федерации (далее – Реестродержатель) является держателем Цифрового реестра, осуществляет его ведение и обеспечивает:

3.1.1. Нормативно-методическое сопровождение функционирования Цифрового реестра;

3.1.2. Разработку программно-технического обеспечения, координацию работоспособности Цифрового реестра и его совершенствование;

3.1.3. Предоставляет заверенную выписку в электронной форме из Цифрового реестра по запросу правообладателя, органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность, органов прокуратуры, следственных органов, органов дознания, органов судебной власти, органов исполнительной власти, осуществляющих контрольно-надзорные функции;

3.1.4. Оказывает консультационные услуги по вопросам использования, охраны и защиты коммерческих обозначений правообладателям коммерческих обозначений, разместивших свое средство индивидуализации предприятия, предпринимательской деятельности в Цифровом реестре.

4. Обязанности правообладателя, разместившего коммерческое обозначение в Цифровом реестре, заявителя

4.1. Правообладателем коммерческого обозначения является лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность с использованием коммерческого обозначения,

по волеизъявлению которого оно было размещено в Цифровом реестре. Правообладатель коммерческого обозначения в рамках использования Цифрового реестра имеет следующие обязанности:

4.1.1. Предоставлять достоверные сведения о своем полном и сокращенном (при наличии) фирменном наименовании (на русском языке), организационно-правовой форме или фамилию, имя и отчество (при наличии) на русском языке для ИП, лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, а также иные сведения, необходимые для регистрации и размещенные в электронной форме на официальном сайте Цифрового реестра;

4.1.2. Предоставлять достоверные сведения о коммерческом обозначении и его использовании;

4.1.3. Указывать все изменения, связанные с деятельностью правообладателя, сведениями о нем и использованием коммерческого обозначения, имеющего существенное значение для установления соответствия обозначения законодательным требованиям, подтверждения его активного использования и сравнения с иными обозначениями, средствами индивидуализации и доменными именами в автоматическом режиме в Цифровом реестре, согласно электронной форме, размещенной на официальном сайте;

4.1.4. Своевременно производить оплату пошлины в соответствии с пунктом 1.3 настоящего Регламента в целях продления размещения сведений о коммерческом обозначении в Цифровом реестре;

4.1.5. Использовать коммерческое обозначение непрерывно в течение одного года и устанавливать отметку в электронной форме Цифрового реестра о приостановлении использования обозначения ввиду наступления обстоятельств непреодолимой силы с размещением документов, подтверждающих факт наступления указанных обстоятельств согласно требованиям ГК РФ и иных нормативных актов.

4.2. Заявителем является лицо, планирующее к использованию коммерческое обозначение или использующее коммерческое обозначение, обладающее различительными способностями, и которое имеет документальное подтверждение получения известности коммерческого обозначения на определенной территории. Заявитель в рамках использования Цифрового реестра имеет следующие обязанности:

4.2.1. При регистрации предоставить достоверные сведения о своем полном и сокращенном (при наличии) фирменном наименовании (на русском языке), организационно-правовой форме или фамилию, имя и отчество (при наличии) на русском языке для ИП, лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, а также

иные сведения необходимые для регистрации и размещенные в электронной форме на официальном сайте Цифрового реестра;

4.2.2. Предоставить достоверные сведения о планируемом к использованию или используемом коммерческом обозначении. В случае если коммерческое обозначение введено в гражданский оборот, заявитель предоставляет документы, свидетельствующие о принадлежности заявителю коммерческого обозначения, о факте начала использования обозначения, активном использовании, известности обозначения на определенной территории;

4.2.3. Своевременно произвести оплату пошлины в соответствии с пунктом 1.3 настоящего Регламента в целях предоставления доступа в личный кабинет и размещения сведений о коммерческом обозначении в Цифровом реестре.

4.3. Ответственность за недостоверное предоставление сведений о правообладателе, коммерческом обозначении, иных сведений, размещаемых в Цифровом реестре, несут лица, указанные в пунктах 4.1–4.2 настоящего Регламента.

5. Порядок регистрации на официальном сайте Цифрового реестра

5.1. Предоставление доступа к закрытой части Цифрового реестра посредством личного кабинета пользователя осуществляется после прохождения процедуры регистрации пользователя, оплаты пошлины согласно пункту 1.3 настоящего Регламента, с использованием электронной цифровой подписи, полученной пользователем в удостоверяющем центре самостоятельно.

5.2. При регистрации пользователь указывает уникальный логин и пароль. После заполнения электронной формы регистрации на официальном сайте Цифрового реестра, на введенный пользователем адрес электронной почты направляется письмо со ссылкой для завершения процедуры регистрации и осуществления привязки электронной цифровой подписи пользователя к личному кабинету.

После регистрации пользователю предоставляется возможность авторизации на официальном сайте Цифрового реестра.

5.3. Содержание электронной формы регистрации на официальном сайте Цифрового реестра разрабатывается и утверждается Торгово-промышленной палатой Российской Федерации.

6. Функционирование Цифрового реестра

6.1. Цифровой реестр функционирует на базе официального сайта в режиме реального времени и имеет разделение на две функциональные части:

- открытую часть: доступна для ознакомления неограниченного числа пользователей официального сайта;

- закрытая часть: доступна после регистрации пользователя на официальном сайте посредством использования личного кабинета в целях включения коммерческого обозначения в Цифровой реестр, а также осуществления проверок на тождество и сходство обозначения с иными средствами индивидуализации, зарегистрированными на территории Российской Федерации.

6.2. Интеграция Цифрового реестра с реестрами Федеральной службы в сфере интеллектуальной собственности, регистраторами доменных имен, реестрами Федеральной налоговой службы (ЕГРЮЛ, ЕГРИП) обеспечивается в результате заключения соглашений между Реестродержателями указанных реестров.

6.3. Для целей автоматизированного разграничения территории использования коммерческого обозначения подбора сведений из информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» о получении известности им на определенной территории в Цифровой реестр вносятся сведения о геолокации (указываются соответствующие геотеги) предприятия или места осуществления предпринимательской деятельности.

При введении в Цифровой реестр геотегов территории использования коммерческого обозначения и подтверждающих документов о получении на ней известности, отображается следующая информация в автоматическом режиме:

- «Коммерческое обозначение имеет минимальную известность» - известность получена в рамках одной территориальной единицы и не выходит за пределы района города, округа города, одного города, городского или сельского поселения, и иных территориальных единиц муниципальных образований;

- «Коммерческое обозначение имеет широкую известность» - коммерческое обозначение известно за пределами одной территориальной единицы: города, нескольких городов, на территории одного или нескольких субъектов Российской Федерации.

6.4. Цифровой реестр позволяет устанавливать:

- дату начала фактического использования коммерческого обозначения;
- фиксировать дату, с которой прекращается использование коммерческого обозначения на определенной территории;

- по умолчанию (в случае если пользователь не внес дополнительные сведения) при достижении периода свыше одного года от указанной даты в Цифровом реестре автоматически фиксируются сведения о прекращении исключительного права на обозначение.

В Цифровом реестре предусматривается возможность приостановления действия исключительного права ввиду наступления обстоятельств непреодолимой силы с размещением

документов, подтверждающих факт наступления указанных обстоятельств согласно требованиям ГК РФ и иных нормативных актов.

При наступлении указанных обстоятельств исключительное право на коммерческое обозначение не прекращает свое действие. За исключением случаев, когда деятельность правообладателя не может быть возобновлена.

7. Механизм проведения автоматизированного сравнительного поиска на официальном сайте Цифрового реестра

7.1. Автоматизированный сравнительный поиск на официальном сайте Цифрового реестра осуществляется по следующим основаниям:

7.1.1. При подаче электронного заявления на официальном сайте Цифрового реестра о регистрации коммерческого обозначения: сравнительный поиск осуществляется с использованием заявленного обозначения среди зарегистрированных коммерческих обозначений в Цифровом реестре, а также среди иных средств индивидуализации, доменных имен в реестрах, с которыми на официальном сайте обеспечена интеграция.

7.1.2. В период, когда коммерческое обозначение включено в Цифровой реестр и иным лицом подана заявка на регистрацию схожего обозначения, правообладатель уведомляется о наличии подобной заявки.

7.1.3. В период, когда коммерческое обозначение включено в Цифровой реестр и посредством интеграции с реестрами, указанными в пункте 6.2 настоящего Регламента, в автоматизированном порядке обнаружен факт регистрации схожего до степени смешения или тождественного товарного знака, знака обслуживания, общеизвестного товарного знака, фирменного наименования, наименования места происхождения товара, географического указания, доменного имени, правообладатель уведомляется о факте подобной регистрации.

7.2. Автоматизированный сравнительный поиск на официальном сайте Цифрового реестра доступен зарегистрированным пользователям и осуществляется с помощью функционала официального сайта.

7.3. Автоматизированный сравнительный поиск на официальном сайте Цифрового реестра осуществляется с использованием регистрационных данных, внесенных в указанный реестр, и данных реестров, с которыми обеспечена на официальном сайте интеграция. Заключение о тождестве или сходстве формируется в электронной форме в автоматическом режиме и учитывает следующие обязательные параметры:

- визуальное отображение коммерческого обозначения, иных средств индивидуализации, доменного имени;

- семантическое, синтаксическое, визуальное, ассоциативное тождество или сходство средств индивидуализации, доменных имен;

- дату регистрации средства индивидуализации, доменного имени;

- идентичность ОКВЭД при осуществлении предпринимательской деятельности;

- территорию использования средства индивидуализации, доменного имени.

- и другие параметры в соответствии с формой регистрации на официальном сайте.

В заключении о тождестве и сходстве средств индивидуализации, доменных имен указывается процентное совпадение указанных сведений. При выявлении совпадения от 50% и более, не допускается регистрация коммерческого обозначения.

7.4. В заключении о тождестве, сходстве обозначения с другими средствами индивидуализации, доменными именами указываются сведения о правообладателе средства индивидуализации, доменного имени, с которым установлен случай сходства или тождества. Указанные сведения могут быть использованы для разрешения вопросов об использовании сходных средств индивидуализации, доменного имени, в досудебном порядке, заключении соглашения между сторонами об отсутствии возражений к использованию вновь вводимого или уже используемого обозначения.

7.5. Отказ в регистрации обозначения производится в автоматизированном порядке с указанием причин отказа, соответствующих реквизитов средств индивидуализации, доменных имен, права на которые могут быть нарушены в случае одобрения регистрации или продолжения использования коммерческого обозначения в гражданском обороте, с учетом приоритета использования обозначения (при его документальном подтверждении), ОКВЭД и территории использования.

7.6. Уведомления, поступающие правообладателю в автоматическом режиме, в случаях, указанных в пунктах 7.1.2 -7.1.3 настоящего Регламента содержат:

- сведения о процентном совпадении зарегистрированного коммерческого обозначения с вновь заявляемым обозначением или зарегистрированными средствами индивидуализации, доменными именами по правилам, предусмотренным пунктом 7.3 настоящего Регламента;

- сведения о правообладателе средства индивидуализации, доменного имени, с которым установлен случай сходства или тождества, они могут быть применены для разрешения вопросов об использовании сходных средств индивидуализации, доменного имени, в досудебном порядке, заключении соглашения между сторонами об отсутствии возражений к использованию вновь вводимому или уже используемому обозначению.

7.7. Соглашение, указанное в пунктах 7.4, 7.6 настоящего Регламента, заключается в электронной форме посредством функционала Цифрового реестра, подписывается сторонами

электронной цифровой подписью и в подобном случае отказ в регистрации коммерческого обозначения не осуществляется.

7.8. Одобрение регистрации коммерческого обозначения в Цифровом режиме производится в автоматическом порядке.