

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Гражданское право и международное частное право

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему: Недобросовестная конкуренция: понятие и общая характеристика

Обучающийся

А.О. Михалкин

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

канд.полит.наук. Д. С. Горелик

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Общие положения о недобросовестной конкуренции	7
1.1 Понятие и общая характеристика недобросовестной конкуренции..	7
1.2 Формы недобросовестной конкуренции.....	14
Глава 2 Правовое регулирование недобросовестной конкуренции.....	24
2.1 Обзор основных нормативных правовых актов в сфере предупреждения недобросовестной конкуренции	24
2.2 Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства и осуществление недобросовестной конкуренции	27
Глава 3 Проблемы предупреждения недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности	33
3.1 Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом	33
3.2 Совершенствование законодательства в сфере предупреждения недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности	40
Заключение	69
Список используемой литературы и используемых источников.....	76

Введение

Актуальность исследования. Правильная и здоровая конкурентная среда в отношениях хозяйствующих субъектов-конкурентов, является одной из основ коммерческой деятельности [56].

Для производительного формирования рыночного механизма необходимы отношения, основанные на добросовестности и ответственности субъектов-конкурентов в сфере предпринимательства, а также жесткое соблюдение установленных правил поведения на рынке.

Для поддержания справедливых и честных условий участия всех хозяйствующих субъектов рынка, необходимы четкие гарантии и налаженный механизм ведения конкуренции.

Одновременно со стремительным развитием рынка, а также с расширением свободы предпринимательства, стали проявлять себя негативные элементы, выражением которых является варварское и недобросовестное ведение соперничества. Как показывает практика, в условиях современной России такая деятельность несёт за собой ряд значительных негативных последствий: наносит ущерб каждому, от потребителя до общества в целом. А также создает коллапс в развитии малого и среднего бизнеса, которые приносят значимые экономические потери. Конкуренции свойственен негатив, так как участники действуют главным образом во благо собственного бизнеса, а не экономического благополучия государства, и зачастую используются незаконные и грубые методы.

Определение границ дозволенного в конкуренции устанавливается государством. И для того чтобы границы были действенными и эффективными, необходим комплексный подход к проблеме недобросовестности в конкуренции. Своевременное пресечение правонарушения - с одной стороны и дальнейшее предупреждение, путем

создания специальных нормативно-правовых актов, сочетающих в себе меры административного и экономического курса.

Наличие недобросовестной конкуренции на территории Российской Федерации актуализирует значимость данного исследования. От пресечения которой непосредственно зависит реализация важнейших целей и задач, стоящих сегодня перед нашим государством применительно к долгосрочной перспективе социально - экономического развития, обеспечения национальной безопасности. В этом и состоит актуальность и значимость выполненной работы.

Вопросы практического и теоретического значения защиты субъектов предпринимательской деятельности от недобросовестной конкуренции изложены в своих работах А.М. Вороновым, Ю.И. Демидовой, Ю.В. Костяковой, Н.В. Шлейдуко А.Б. Новиковым, Е.В. Труниным, А.В. Ноздрачевым, Л.Л. Хомяковым, Е.В. Лемешевым и рядом других исследователей.

Однако данная тема требует своего дополнительного изучения, особенно в условиях стремительного развития и совершенствования отечественного гражданского законодательства, регулирующего данную область общественных отношений.

Объектом исследования выступают общественные отношения, возникающие в результате недобросовестной конкуренции.

Предметом исследования является совокупность норм права, регулирующих отношения в сфере недобросовестной конкуренции.

Цель работы - изучить недобросовестную конкуренцию, нормативно правовой материал, учебную и научную литературу в области данной темы. Выявить основные проблемы, сделать выводы на основании данной работы и внести предложения по недопущению развития недобросовестной конкуренции.

Для достижения поставленных целей, необходимо решить следующий ряд задач:

- определить понятие и сущность недобросовестной конкуренции;
- рассмотреть формы недобросовестной конкуренции;
- проанализировать последствия осуществления недобросовестной конкуренции;
- изучить меры ответственности за нарушения антимонопольного законодательства в предпринимательской деятельности;
- провести анализ проблем предупреждения недобросовестной конкуренции, что в дальнейшем поможет определить способы совершенствования законодательства.

Методологической базой работы послужили диалектико-материалистический метод научного познания социально-правовых явлений, а также основанные на нем общенаучные и специальные методы исследования (анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, моделирование и т.д.).

Теоретическую основу диссертационного исследования составляют работы современных ученых в области гражданского, предпринимательского, конкурентного и иных отраслей права, раскрывающие отдельные аспекты урегулирования в России споров хозяйствующих субъектов в рамках конкурентной борьбы.

Нормативно-правовую базу исследования составляют Конституция РФ, кодифицированные, специализированные федеральные законы и подзаконные нормативно-правовые акты.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что работа содержит ряд положений, которые могут быть использованы в ходе дальнейшего развития науки.

Практическая значимость работы состоит в том, что предложенные разработки будут способствовать дальнейшему развитию гражданского и смежных отраслей права, расширяя и углубляя научные положения.

На защиту выносятся следующие основные положения и выводы, отражающие новизну проведенного магистерского исследования:

- эффективной мерой снятия нагрузки с ФАС России и судов было бы закрепление новых форм недобросовестной конкуренции, более тщательная и детальная регламентация «иных форм», которые подпадают под статью 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- существует необходимость определения на законодательном уровне, что вывод о сходстве в степени смешивания двух средств индивидуализации должен основываться не исходя из восприятия их отдельных элементов, а исходя из восприятия потребителями этих наименований в целом (т.е. исходя из общего впечатления). Представляется, что подобная норма защитит интересы правообладателя от использования результатов его интеллектуальной собственности и средств индивидуализации;
- на основании вышеизложенного в работе, а также того факта, что в ходе вынужденной самоизоляции за период пандемии COVID-19 в нашей стране, по разным оценкам, рынок e-commerce вырос на 30-35 процентов и продолжает расти, полагаем своевременным и обоснованным предложить внесение изменений в ст. 1225 ГК РФ «Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации», где в п. 1 добавить п.п. 13.1 «– доменные наименования (доменные имена)». Можно заключить, что в настоящее время фактически доменные наименования (доменные имена) являются признанным практикой средством индивидуализации товаров, поэтому также подлежат защите в порядке ч. 4 ГК РФ.

Структура магистерской диссертации определена ее целью, а также кругом решаемых задач и включает введение, три главы, объединяющих шесть параграфов, заключение и библиографический список.

Глава 1 Общие положения о недобросовестной конкуренции

1.1 Понятие и общая характеристика недобросовестной конкуренции

Современная рыночная экономика представляет собой сложный механизм, который формируется из большого количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих в системе правовых норм бизнеса, формируют рынок [57].

Конкуренция является ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, и является центром всей системы рыночного хозяйства [58].

Конкуренция представляет собой борьбу различных субъектов хозяйствования для достижения целей. Она представляет собой не что иное, как адекватную рынку форму экономического соперничества [1].

Отмечая многообразие подходов к формулированию понятия «конкуренция», следует отметить, что приведенные понятия не охватывают конкуренцию среди любых социальных, производственных и биологических систем; понятия не отражают конкуренцию как единство статики и динамики соперничества, понятия не связаны с законодательством.

Конкуренция выступает важной движущей силой развития экономической системы, составной частью ее хозяйственного механизма, становится экономической основой, требует четкого регулирования со стороны государства, что должно отражаться в отечественно законодательстве.

В развитом товарном производстве конкуренция является объективным экономическим явлением, которое заставляет хозяйствующие субъекты стремиться к увеличению прибыли за счет расширения масштабов

деятельности, совершенствование форм организации производственного процесса и роста производительности труда [59].

Основными функциями, которые реализует конкуренция в отечественной экономике, являются следующие [1]:

- функция регулирования – требует производить те товары или услуги, которые необходимы потребителю. Поэтому факторы производства под влиянием цен направляются в те отрасли, где формируются более благоприятные условия для получения прибыли;
- распределительная функция – позволяет распределять доходы среди предприятий и фирм в зависимости от результатов;
- функция мотивирования означает, что предприниматель должен рассчитывать не только на получение прибыли, но и предусматривать риск своей деятельности. Это два предела, которые определяют характер предпринимательской деятельности. Все предприниматели делятся на тех, кто относится к риску негативно (они ориентируются на традиционные виды деятельности), нейтрально (они способны к более рискованным видам деятельности) и положительно (для них существуют преимущества в развитии инновационных видов деятельности, или они могут перейти к незаконным действиям);
- стимулирующая функция заставляет производителей расширять выгодные сферы производства, увеличивать накопления и др. Обеспечивая накопление капитала, конкуренция исподволь способствует появлению монополизма, такого особого экономического явления, которое подрывает и разрушает саму конкуренцию.

Стоит отметить, что рыночной силой, обеспечивающей взаимодействие спроса и предложения, уравнивающая рыночные цены, является закон конкуренции. Это объективный экономический закон развитого товарного

производства, выражающий внутренне необходимые устойчивые и существенные связи между обособленными товаропроизводителями в их борьбе за получение наибольшей прибыли, вследствие чего они вынуждены снижать затраты производства, улучшать качество товаров и услуг. Он выражает существенную (внутреннюю) причинно-следственную, необходимую, устойчивую (постоянно повторяющуюся) связь между производством и реализацией продукции.

Стремление предпринимателей достичь определенных преимуществ в предпринимательской деятельности со значительно меньшими затратами, чем в условиях добросовестной конкуренции, становится причиной появления так называемой недобросовестной конкуренции [60].

Современные правоведы, юристы, теоретики не нашли общего мнения относительно понятия «недобросовестная конкуренция». Также неоднозначен вопрос о том, что же она из себя представляет.

«Впервые термин «недобросовестная конкуренция» был употреблен во Франции в начале XIX века, хотя само это явление возникло гораздо раньше – с момента формирования рыночных отношений» [4, с. 75].

В.А. Шретер нелестно отзывался о той практике: «по справедливости признается творцом проблемы недобросовестной конкуренции» [55, с. 551].

Юристы-теоретики дореволюционного времени, не осмелились брать на себя ответственность, устанавливая точное определение недобросовестной конкуренции.

Российский юрист А.И. Каминка говорил, что: «недобросовестная конкуренция - это вид конкуренции вообще... И если, в общем, и в настоящее время признание конкуренции как необходимого элемента хозяйственной деятельности может казаться бесспорным, то в такой же мере, бесспорно, что недобросовестная конкуренция является злом, которое не должно быть терпимо» [10, с. 270].

В.А. Шретер – эксперт в сфере хозяйственного права, говорил, что: «недобросовестная конкуренция – явление космополитическое, проделки в

этой области отличаются чрезвычайным однообразием во всех странах, где процветает торговля» [55, с. 551].

Законодатели и практики на современном этапе под недобросовестной конкуренцией понимают конкуренцию, что противоречит честному поведению в промышленности и торговле. В целом же она является особым видом нарушения антимонопольного законодательства. Кроме того, данное негативное явление наносит ущерб как потребителям, так и рынку [8].

Законодатель закрепил в статье 4 Федерального закона «О защите конкуренции» легальное определение. Недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации [50].

Какое-либо действие хозяйствующего субъекта или группы лиц является одним из критериев, определяющий факт недобросовестной конкуренции. Напротив, бездействие, как элемент незаконного поведения, никак нельзя принять при квалификации конкуренции в виде недобросовестной. Активное незаконное поведение субъекта может быть совершенно разным и быть частью таких областей как: производство и реализация товаров, оказание услуг и выполнение работ.

Исходя из установленной цели, при осуществлении предпринимательской деятельности для получения большей выгоды для хозяйствующего субъекта или группы лиц устанавливаются варианты активного поведения. Целью которого, является получение большего преимущества любыми способами при осуществлении предпринимательской деятельности [40].

Вопрос защиты конкуренции является весьма актуальным на современном этапе развития отечественной экономики, потерявшей много сил во время пандемии. Это объясняется тем, что, с одной стороны, в России быстрыми темпами развиваются различные формы предпринимательства, которые приводят к обострению конкурентных отношений, что сами по себе вряд ли могут развиваться в цивилизованном русле, а с другой стороны, в РФ почти полностью отсутствует культура предпринимательства, имеющаяся в других странах.

Понятие добросовестности является определяющим не только для хозяйственно-правового регулирования, но и для института защиты от недобросовестной конкуренции. Такая конкуренция (добросовестная) – является предпосылкой развития не только конкурентной среды, но и государства в целом. Учитывая это, логично заключить, что и критериями разграничения добросовестной и недобросовестной конкуренции – будут выступать методы и способы, которые используются конкурентами.

При недобросовестной конкуренции правила конкурентной «игры», ведущие субъектов хозяйствования к победе или поражению, вполне противоположны тем, что действуют при добросовестной конкуренции.

Добросовестная конкуренция означает использование в качестве основных средств воздействия субъекта хозяйствования на потребителя новизны товара и его соответствие интересу потребителя, качества, цены и доступности, степени универсальности, внешнего вида товара, упаковки и т.п.

Недобросовестная конкуренция – означает использование в качестве таких средств воздействия неполное и (или) неточное информирование потребителей, введение их в заблуждение и обман путем нарушения в конкуренции правил, торговых и других честных и добросовестных обычаев предпринимательской деятельности [4, с. 76].

В отличие от добросовестных конкурентов, которые на основе рационального, разумно обоснованного хозяйствования стараются

затрачивать на единицу продукции меньше ресурсов и создавать товары по более низкой цене, в итоге получать дополнительную прибыль, недобросовестные конкуренты стремятся достичь той же цели через нечестные правила «игры» на рынке.

Кроме того, недобросовестных конкурентов также отличает от добросовестных субъектов хозяйствования и то, что они, как правило, не изобретают и не внедряют новинки техники и технологии, не находят более эффективные формы организации труда и производства, способы экономного использования ресурсов, а пытаются противопоставить указанным достижениям конкурентов нарушение законодательства и честных обычаев предпринимательства.

В отличие от добросовестной конкуренции, недобросовестная конкуренция не может играть положительную роль, она препятствует утверждению общественно нормальных условий производства и обращения, противостоит всему новому и перспективному, так как при этом побеждают не те, кто опирается на технические, организационные и экономические достижения, а те, что используют нечестные правила «игры» в конкуренции. Таким образом, такие субъекты предпринимательства не устраниются с рынка, а утверждаются на нем в результате нарушения ими правил конкуренции.

Недобросовестная конкуренция выявляет не инициативных предпринимателей, проявляющих смелое новаторство, прокладывающих путь к экономическому прогрессу и росту доходов, а нарушающих законодательство и обычаи делового обращения в сфере хозяйствования [4, с. 76].

В отличие от добросовестной конкуренции, что работает на пользу потребителей, помогая поддерживать низкие цены, высокое качество продукции и предложения потребителям большей свободы выбора, недобросовестная конкуренция причиняет вред потребителям, в т. ч. вводит их в заблуждение.

Таким образом, недобросовестной конкуренции не свойственна роль движущей силы развития экономики, главного признака рыночной экономики, что содержит в себе стимулы для научно-технического прогресса. Поэтому в отличие от добросовестной конкуренции, недобросовестная конкуренция, наносит серьёзный ущерб как государственным, так и общественным интересам.

В отечественном праве, недобросовестная конкуренция, в основном рассматривается в качестве злоупотребления субъектами хозяйствования правом на конкуренцию, в первую очередь, это действия субъектов, совершаемых в рамках надлежащего им права на конкуренцию, но с нарушением устанавливаемых антимонопольным законодательством РФ запретов.

Из законного определения недобросовестной конкуренции можно вынести, что безосновательные преимущества обязаны относиться только к области предпринимательства. Параллельно с этим, закрепленное частью 2 статьи 34 Конституции РФ правило гласит: «Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» [14]. Это, несомненно, шире и впоследствии лучше определяет сферу применения предпринимательской деятельности. Также оно осуществляет перенос частной или специальной норм на всю область действия как материальных, так и духовных благ. Деятельность предпринимательская - это частный случай деятельности экономической, осуществляемой на свой страх и риск. Она направлена на регулярное получение прибыли от использования имущества, согласно его назначению, также от реализации товаров, оказания услуг. Предпринимательская деятельность должна быть обязательно зарегистрирована специализированным органом, согласно законодательству.

1.2 Формы недобросовестной конкуренции

Глава 2.1 закона «О защите конкуренции» определяет единый запрет недобросовестной конкуренции, выделяет ее отдельные формы для удобства правоприменения. Это значительно снимает необходимость доказывать антимонопольными органами или судами отдельные элементы недобросовестной конкуренции, также эта оптимизация повышает эффективность пресечения таких незаконных действий.

Закон определил 7 основных форм недобросовестной конкуренции, но не все действия субъекта могут быть восприняты как акт недобросовестной конкуренции, так как перечень незаконных действий, остается открытым [52].

Итак, для стабильного функционирования хозяйствующих субъектов на рынке, устанавливаются следующие запреты:

- запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации (ст. 14.1 Закона о защите конкуренции);
- запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение (ст. 14.2 Закона о защите конкуренции);
- запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения (ст. 14.3 Закона о защите конкуренции);
- запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ и услуг (ст. 14.4 Закона о защите конкуренции);
- запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с использованием результатов интеллектуальной деятельности (ст. 14.5 Закона о защите конкуренции);
- запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения (ст. 14.6 Закона о защите конкуренции);

- запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну (ст. 14.7 Закона о защите конкуренции).

А также устанавливается запрет на иные формы недобросовестной конкуренции (ст. 14.8 Закона о защите конкуренции).

Согласимся с мнением И.В. Серебруева, оно гласит, что: «законом запрещено ведение недобросовестной конкуренции при помощи дискредитация субъекта-конкурента, а именно: распространение несоответствующей действительности информации, ложных, неточных или искаженных сведений о хозяйствующем субъекте. Эта информация впоследствии может привести к подрыву доверия реальных или потенциальных клиентов к конкуренту, или к его продукции, что впоследствии может послужить возникновению убытков субъекта и (или) причинить значительный ущерб его имени и деловой репутации, в том числе в сфере:

- производимых благ, с установленным качеством и потребительским свойством товара, представляемых к отпуску-продаже иным хозяйствующим субъектом-конкурентом, предназначения такого товара, реальных способов и определенных условий его создания, хранения и применения в той или иной сфере деятельности, итоговых результатов, благ и выгоды, предполагаемых, при использовании этого товара, также его пригодности для успешного выполнения определенных целей;
- суммарного количества товара, предназначенного для продажи другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, реальное присутствие такого товара на рынке, потенциальная возможность его покупки на установленных субъектом определенных условиях, конкретной величины спроса на такой товар;

- установленных требований, на которых товар предлагается к продаже иным хозяйствующим субъектом-конкурентом, в части установлении цены такого товара» [47].

Не всегда распространение информации несоответствующей действительности и дискредитирующей хозяйствующий субъект, может быть признано актом недобросовестности. Только лишь та информация, которая существенно может оказать влияние на конкуренцию, что в последствии даст преимущество над конкурентами. Именно такое действие признается формой недобросовестной конкуренции [17].

Также нельзя допускать недобросовестную конкуренцию, осуществляемую с помощью введения в заблуждение, а именно в сфере:

- товара, планированного к продаже, его характеристик и свойств, качества и рекомендаций к способам и условиям его создания или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности соответствующих целей;
- общий объем планированной продукции для продажи, также отсутствие или присутствие этой продукции на рынке товаров, и соответственно, в необозримом будущем возможность приобретения на определенных условиях, настоящего и правдивого размера спроса на этот товар;
- производителя этой продукции, местонахождение производственных цехов для выпуска продукции, гарантии и обязательства продавца или изготовителя;
- установленных производителем требований, при которых товар реализуется, а именно в части цены товара.

В частности, в 2018 году ФАС России выдало ООО «Объединение Краснодарский чай» предписание о прекращении нарушения, заключающегося в введении в заблуждение относительно места производства товара. Как следует из материалов дела, ООО «Объединение Краснодарский чай» занималось реализацией продукции под наименованием

«Краснодарский чай» притом, что только 1% чайного листа в упаковке был выращен на территории Краснодарского края, а остальные 99% в Китае, Индии, Танзании. Соответственно, готовый продукт не может называться «Краснодарским чаем», поскольку данное наименование не только «отбивает» покупателей у конкурентов, и, тем самым, повышает спрос на данный товар, но и способствует росту недоверия у населения к указанию места происхождения чая на упаковках [28].

Управление Федеральной Антимонопольной Службы (далее по тексту - УФАС) России объясняет, что: «закон не допускает возможность ведения недобросовестной конкуренции путем грубого и неточного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с конкурентом, другим хозяйствующим субъектом и (или) его продукцией, в том числе:

- применения слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный» для сравнения с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его продукцией [6]. Или использования других слов или значений, создающих такое впечатление, что первый хозяйствующий субъект и (или) его товар превосходит по всем показателям, без указания конкретных параметров сравнения, определяющих явное подтверждение неточности и искаженности указанных слов;
- применение такого метода как сравнение с товаром и (или) хозяйствующим субъектом-конкурентом, в котором нет информации об определенных сравниваемых характеристиках, также нет возможности проверить продукт сравнения;
- применение такого метода как сравнение, содержащее в себе негативную оценку с товаром и (или) хозяйствующим субъектом-конкурентом, основой такого сравнения является несравнимый или несущественный факт».

Существует два вида некорректного сравнения: негативное и позитивное. Негативное сравнение характеризуется стремлением

хозяйствующего субъекта принизить качество ну и в целом товар конкурента, превознося свой. Использование позитивного сравнения, в отличие от негативного, не портит репутацию продукции конкурента, а напротив использует ее [26].

Следующая форма недобросовестной конкуренции связана с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг.

Целью этой формы являются действия, направленные на «пользование успешно созданной деловой репутацией субъекта, который проявил себя среди конкурентов и потребителей как добросовестный, для необоснованного приобретения преимуществ над этим конкурентом» [8, с. 275].

«Другими словами, недобросовестный субъект за счет использования средств индивидуализации юридического лица расширяет свой бизнес и популяризируется за счет добросовестного субъекта, что в итоге вводит в заблуждение потребителя. Такое ведение предпринимательской деятельности с соблюдением всех требований закона нарушает основы справедливости, добропорядочности, разумности и выходит за рамки осуществления гражданских прав» [4, с. 77].

Право на средство индивидуализации возникает при фактическом его использовании и применении хозяйствующими субъектами, а не в момент регистрации.

«Таким образом, можно прийти к выводу о том, что заявитель не может опираться на факт государственной регистрации, так как этот факт не может соответствовать признакам недобросовестной конкуренции. Только при неоднократном последующем использовании средств индивидуализации можно говорить о факте нарушения. Тогда в полной мере в действиях недобросовестного субъекта отражается умысел о злоупотреблении права и ограничении конкуренции» [4, с. 77].

Закон запрещает продажу, обмен и иное введение товара в оборот, если при этом хозяйствующий субъект незаконно использовал результаты интеллектуальной деятельности конкурента, за исключением средств индивидуализации.

Результатами интеллектуальной деятельности товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются: произведения науки, литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ); базы данных; исполнения; фонограммы; сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания); изобретения; полезные модели; промышленные образцы; селекционные достижения; топологии интегральных микросхем; секреты производства (ноу-хау) [2].

Владелец исключительного права может распоряжаться объектом как ему угодно, остальные же лица должны воздерживаться от незаконного его использования. Использование возможно только при надлежащем законном оформлении разрешения на использование исключительных прав.

Действие (бездействие) хозяйствующего субъекта при ведении недобросовестной конкуренции, которое способно вызвать смешение с конкурентом или его товаром, услугами – категорически запрещено. Также закон «О защите конкуренции» запрещает:

- нелегальное применение обозначения, равное товарному знаку, коммерческому обозначению, фирменному наименованию, также наименованию места происхождения товара субъекта-конкурента или сходного с ним до степени смешения. Это происходит путем размещения обозначения на товарах, этикетках, упаковках или другим способом, которые реализуются на территории Российской Федерации, а так же с помощью информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая размещение в доменном имени и при иных способах адресации;

- вводить в гражданский оборот товар, чья упаковка, этикетка, цветовая гамма и наименование были копированы с субъекта-конкурента. Также под запретом находится имитация фирменного стиля, который индивидуализирует субъекта-конкурента и (или) его товар» [50].

Товарный знак - это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, исключительное право на которое удостоверяется свидетельством на товарный знак [2].

Только при наличии свидетельства на товарный знак, а не при факте зарегистрированной заявки на регистрацию товарного знака, можно признать нарушение исключительных прав на товарный знак.

Гражданским кодексом, а именно статьей 14.7 определено, что: «Незаконное получение, использование или разглашение информации составляющая коммерческую или иную охраняемую законом тайну, не допускается, при условиях если:

- недобросовестный обладатель информации без согласия хозяйствующего субъекта-конкурента получил такую информацию, а также использует в своих целях;
- недобросовестный обладатель информации хозяйствующего субъекта-конкурента использует и разглашает ее, вследствие нарушения условий договора с субъектом, имеющим право ею распоряжаться;
- согласно ФЗ «О защите конкуренции», а именно статье 14.7, недобросовестный обладатель информации хозяйствующего субъекта-конкурента использует и разглашает указанную информацию, которую получил от лица, имеющего или имевшего доступ к этой информации вследствие выполнения служебных обязанностей, если не истек установленный законом или договором срок ее неразглашения.

Если информация получена добросовестным, но без разрешения владельца, например, сведения были получены из сообщений в средствах массовой информации, то такое действие не будет расцениваться как недобросовестная конкуренция.

Исходя из доклада ФАС России о состоянии конкуренции за 2020 год, лидирующее положение по количеству поступивших заявлений и выявленных по ним фактов нарушений занимает введение в заблуждение (915 заявлений, 211 выданных предупреждений, 26 решений о наличии нарушения), смешение (746 заявлений, 98 решений о наличии нарушения), дискредитация (287 заявлений, 48 выданных предупреждений, 6 решений о наличии нарушения). Кроме того, возросло, по сравнению с 2019 годом, количество поступивших заявлений о некорректном сравнении (250 заявлений, 150 выданных предупреждений, 3 решения о наличии нарушения). Преобладающее количество заявлений имеют «прочие нарушения» (1114 заявлений, 171 выданных предупреждений, 34 решения о наличии нарушения), что свидетельствует о многообразии форм недобросовестной конкуренции [5].

Рассмотрим пример из судебной практики. В 2020 году на электронную почту ООО «СтанПроф» пришло письмо, сообщающее о том, что данная Организация имеет уставный капитал в размере 10 тыс. руб., при этом у нее отсутствуют производственные площади. Кроме того, в письме предупреждалось, что ООО «СтанПроф» занимается мошенничеством в крупных размерах, подтверждением чему являются заявления в полицию. Тем самым в письме настоятельно рекомендовалось не связываться с данной Организацией, а вместо этого отдавать приоритет ООО «Профоборудование-Л». Поскольку ООО «СтанПроф» и ООО «Профоборудование-Л» являются конкурентами на рынке строительных изделий, а также их деятельность распространяется на Липецкую область, действия ООО «Профоборудование-Л» явно были направлены на нанесение вреда деловой репутации «СтанПроф» с целью перераспределения спроса в свою пользу. Липецкое

УФАС России законно выдало предупреждение ООО «Профоборудование-Л» в связи с запретом на осуществление недобросовестной конкуренции путем дискредитации [43].

Как мы видим, перечень форм недобросовестной конкуренции не является исчерпывающим.

Таким образом, проблема форм недобросовестной конкуренции достаточно актуальна особенно в век информационных технологий, когда каждый день обнаруживаются ее новые проявления. Государство прилагает все усилия для развития способов борьбы с ней. На наш взгляд, эффективной мерой снятия нагрузки с ФАС России и судов было бы закрепление новых форм недобросовестной конкуренции, более тщательная и детальная регламентация «иных форм», которые подпадают под статью 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

На основании изложенного в первой главе приходим к следующим выводам.

Установлено, что конкуренция является ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, и является центром всей системы рыночного хозяйства. Выделены четыре её ключевые функции: регулирования; распределения; мотивирования и стимулирования.

Конкуренция – это состязание между хозяйствующими субъектами экономики за превосходство на рынке сбыта товаров и услуг, за более высокую прибыль и другие доходы.

Понятие недобросовестной конкуренции появилось в России в результате развития рыночной экономики и основывается на глубоких исследованиях законодательства и практики многих государств, для которых оно известно длительное время.

Законодатели и практики на современном этапе под недобросовестной конкуренцией понимают конкуренцию, что противоречит честному поведению в промышленности и торговле.

Обосновано, что недобросовестная конкуренция по своей антиправовой природе препятствует утверждению общественно нормальных условий производства и обращения, ей не свойственна роль движущей силы развития экономики, главного признака рыночной экономики, что содержит в себе стимулы для научно-технического прогресса. Поэтому в отличие от добросовестной конкуренции, она наносит серьёзный ущерб как государственным, так и общественным интересам.

На практике недобросовестная конкуренция имеет огромное количество форм проявления. Из-за глубины и специфики данного понятия перечень форм остается открытым. На наш взгляд, эффективной мерой снятия нагрузки с ФАС России и судов было бы закрепление новых форм недобросовестной конкуренции, более тщательная и детальная регламентация «иных форм», которые подпадают под статью 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Глава 2 Правовое регулирование недобросовестной конкуренции

2.1 Обзор основных нормативных правовых актов в сфере предупреждения недобросовестной конкуренции

«Пресечение недобросовестной конкуренции - одно из важных направлений антимонопольного законодательства» [56].

Как уже было отмечено выше, «впервые термин недобросовестной конкуренции был употреблен в начале XIX века во Франции. США уже имели проблемы с таким видом незаконной деятельности и определили законодательство о конкуренции в Закон Шермана 1890 года. Данный закон регулировал не только конкуренцию, но и монополизацию рынка. Затем Германия в 1909 году приняла особый Закон «О недобросовестной конкуренции». Принятию германского закона способствовало международное регулирование отношений, которое завершалось принятием Парижской Конвенции по охране промышленной собственности в 1883 году [24]. Эта конвенция дала одно из первых понятий о недобросовестной конкуренции как: «любым актом конкуренции, противоречащим честным обычаям в промышленных и торговых делах», помимо этого, внесла список действий характеризующих недобросовестность конкуренции» [60].

«Правовые нормы, затрагивающие недобросовестную конкуренцию, содержатся также в статье 85 и 86 Римского договора Европейского союза. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), приняв огромный опыт, с начала 170-х годов начала активную разработку методов пресечения недобросовестной конкуренции. «Именно благодаря ей в 1980 году была принята резолюция 35/63 Генеральной Ассамблеи ООН по Комплексу согласованных между многими сторонами равноправных принципов и правил контроля за ограниченной деловой практикой»» [60].

В ноябре 1995 года Странами Независимых Государств был одобрен проект сотрудничества, направленного на содействие государств в борьбе с недобросовестной конкуренцией и поддержкой свободной конкуренции [49].

«Существуют различные позиции относительно квалификации недобросовестной конкуренции. В одних государствах законодательство составляет самостоятельную отрасль законодательства, в других - входит в состав нормативно - правового акта, посвященного антимонопольному регулированию. Преобладающее большинство государств осуществляют деятельность пресечения недобросовестной конкуренции на общих началах деликтной ответственности. Новейшем законодательстве о недобросовестной конкуренции большинства государств можно заметить сближение с законодательством о защите прав потребителей, а также с рекламным законодательством и законодательством об охране интеллектуальной собственности» [53, с. 3].

«Антимонопольное законодательство России возникло в начале 90-х гг. XX в. и претерпело большую эволюцию, итогом которой стало принятие Федерального закона «О защите конкуренции». Одновременно с этим нормы о недобросовестной конкуренции вошли в состав комплексного антимонопольного закона. Этот Закон собрал вместе нормы защиты недобросовестной конкуренции, как на товарных, так и финансовых рынках» [16, с. 20].

В законе «О защите конкуренции» содержатся положения, связанные с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации. Данный закон распространяется на отношения, связанные с объектами исключительных прав, только в случае, если соглашения, связанные с их использованием, направлены на ограничение конкуренции или если приобретение, использование и нарушение исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности могут привести к недобросовестной конкуренции.

«В соотношении норм о недобросовестной конкуренции и норм о недобросовестной конкуренции и норм об исключительных правах на объекты интеллектуальной собственности наблюдается проявление разногласия экономической сути антимонопольных отношений, если быть точным: в антимонопольных отношениях имеет место защита институциональной монополии, пресекаются недобросовестные попытки ее нарушить» [16, с. 21].

Положения, непосредственно направленные на борьбу с недобросовестной конкуренцией, содержатся в Федеральном законе «О рекламе» (далее - Закон о рекламе). Закон о рекламе содержит в себе следующие изменения: 1) конкретизацией перечня недозволенных способов поведения, нарушающих правила добросовестной конкуренции; 2) введением правил добросовестной конкуренции не только в отношении содержания рекламы, но и в отношении способов, места и времени размещения рекламы; 3) введением общего понятия ненадлежащей рекламы, включающего различные виды: недобросовестную, недостоверную, неэтическую, заведомо ложную, скрытую и другую рекламу, не допускаемую законом; 4) разработкой механизма государственного контроля за рекламной деятельностью; и т.д. [51].

«Дела о пресечении акта недобросовестной конкуренции, когда нарушаются положения законодательства о рекламе, возбуждаются по факту нарушения именно двух законов одновременно. Корреляция нарушений Закона о рекламе в виде недобросовестной и недостоверной рекламы» [16, с. 21]. В статье 5 Закона о рекламе сказано: «Недобросовестная реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством». При этом недобросовестной признается реклама товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте; если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождественен или сходен до степени смешения с товарным знаком или

знаком обслуживания товара, в отношении рекламирования которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

Главным органом соблюдения антимонопольного законодательства является Федеральная антимонопольная служба (далее ФАС). С помощью своих территориальных учреждений ФАС оперативно пресекает любое нарушение в сфере конкуренции.

2.2 Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства и осуществление недобросовестной конкуренции

Правомерные отношения в сфере экономических отношений и защита конкуренции обеспечиваются различными средствами, в том числе юридической ответственностью. Как известно, юридическая ответственность является мерой государственного принуждения и осуждения, которая применяется за совершение правонарушения и связана с возложением на виновное лицо обязанности претерпеть неблагоприятные последствия личного и имущественного характера [19].

По субъектному составу, а практически в зависимости от вида юридической ответственности и количества общеотраслевых видов юридической ответственности, которые могут быть применены к правонарушителю, различают юридическую ответственность юридических лиц и граждан – индивидуальных предпринимателей.

Недобросовестная конкуренция, как и злоупотребление гражданским правом, – межотраслевое явление. Подтверждением тому служат ст. 50 Лесного кодекса РФ, ст. 14.1 ФЗ «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов», ст. 23 ФЗ «О почтовой связи» и т.д.

Как видим, представленные правовые акты, в той или иной степени посвященные категории недобросовестной конкуренции, принадлежат к разным отраслям права.

«Если рассматривать сферу правового регулирования категории недобросовестной конкуренции с позиции трехзвенной структуры правовой нормы (гипотеза, диспозиция, санкция), то получится, что описательная ее часть (гипотеза и диспозиция) входит в предмет правового регулирования гражданско-правовых отраслей права (конкурентное и гражданское право (ст. 10 ГК РФ)), а оставшаяся часть (санкции) – в те отрасли права, предметом правового регулирования которых является защита и охрана прав и законных интересов лиц, состоящих между собой в конкурентных отношениях. Так, в качестве санкций за недобросовестную конкуренцию предусмотрена административная ответственность (ст. 14.33 КоАП РФ) и уголовная ответственность (ст. 178 УК РФ)» [19, с. 37].

Самой распространенной мерой по пресечению в России оказалась административная ответственность. Статья 14.33 Кодекса об административных правонарушениях (далее - КоАП) РФ определяет эти способы. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ гласит: «совершение соответствующих действий, являющихся нарушением законодательства о рекламе, в силу части 1 данной статьи влечет административную ответственность, предусмотренную статьей 14.3 КоАП РФ» [31].

В силу статьи 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах [13].

Если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, то это влечет за собой наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей [12].

Исходя из статьи 14.33 п.2 вышеуказанного закона, ведение недобросовестной деятельности путем реализации товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и

приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет. На юридических лиц - от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее ста тысяч рублей.

Санкции за нарушение сроков законного предписания (постановления, представления, решения) органа (должностного лица), осуществляющего государственный контроль, нашли свое отражение в статье 19.5 КоАП РФ. Ее полномочия расширяются частями с 2.1 по 2.6, которые установили меры наказания за отказ неисполнения решений федерального антимонопольного органа или его территориального органа.

Так, согласно КоАП РФ статьи 19.6 п. 2, за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении недобросовестной конкуренции - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до трехсот тысяч рублей.

Статья 51 закона «О защите конкуренции» имеет в себе высокоэффективный способ предотвращения нарушения положений здоровой конкуренции. Лицо по предписанию антимонопольного органа обязано перечислить в федеральный бюджет доход, полученный от таких действий (бездействия). В случае неисполнения этого предписания доход, полученный от монополистической деятельности или недобросовестной конкуренции, подлежит взысканию в федеральный бюджет по иску антимонопольного органа.

Такая мера очень эффективна, так как нарушитель терпит ощутимые экономические потери, с учетом осуществленных затрат на производство и реализацию товара, также теряет предполагаемую выгоду.

Так, за 2021 год органами Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области было рассмотрено 991 заявление о факте нарушения закона «О защите конкуренции», годом ранее 1242 заявления. Были нарушены:

- статья 10 (Злоупотребление доминирующим положением) - 993 рассмотренных заявлений (в 2020 г -1062);
- статья 11 (Соглашения хозяйствующих субъектов, ограничивающие конкуренцию) – 32 рассмотренных заявления (в 2020 г - 34);
- статья 14.1-14.8 (Недобросовестная конкуренция) – 9 рассмотренных заявлений (в 2020 г -53);
- статья 15 (Акты и действия органов власти, ограничивающие конкуренцию) – 13 заявлений было рассмотрено (в 2020 г - 80)
- статья 17 закона «О защите конкуренции» – 4 заявления рассмотрено (в 2020 г – 13)
- за 2021 год – 7 решений было принято о наличии нарушений. За 2020 год – 9 решений было принято о наличии нарушений и 32 нарушений было устранено до возбуждения дела [7].

Стоит отметить, что на основании статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Органы исполнительной власти и местного самоуправления обеспечивают гражданско-правовую ответственность путем компенсации ущерба, причиненного незаконным действием или бездействием хозяйствующего субъекта. Законодатель не оставил прямой установки такого взыскания, однако пункт 1 статьи 10 Гражданского кодекса РФ гласит, что «не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом). Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке».

Право на защиту – очень важный элемент субъективного гражданского права. Общеизвестным в литературе является положение о том, что, признавая за тем или иным лицом определенные субъективные права и обязанности, гражданское законодательство предоставляет управомоченному лицу и право на их защиту [3].

Статья 12 Гражданского кодекса РФ закрепляет в себе перечень защиты прав граждан, однако этот перечень не является полным. Можно сказать, что хозяйствующий субъект имеет право на защиту от недобросовестной конкуренции и это право определяется средством защиты его гражданских прав.

Таким образом, в связи с тем, что недопущение экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию является одной из главных задач государства, установленной ч. 2 ст. 34 Конституции РФ, то неотвратимость наказания за анализируемые правонарушения не только статья доходов государственного бюджета, но и фактор наведения порядка в стране.

На основании изложенного во второй главе приходим к следующим выводам.

Анализируя нормы конкурентного законодательства, следует подчеркнуть их комплексный характер. Антимонопольное законодательство РФ базируется на нормах Парижской Конвенции, Основного закона РФ, части 4 ГК РФ, Закона о конкуренции и содержит нормы, категории и институты нескольких отраслей права. Особенностью отечественного антимонопольного законодательства является сочетание творческой, стимулирующей и регуляторной функции, благодаря наличию в законодательстве всего комплекса регулятивных, охранительных и специализированных норм. В РФ такое законодательство выступает как средство примирения и взаимодействия между государством и частным сектором экономики.

Комплексность антимонопольного законодательства, баланс между саморегулированием и государственным регулированием, характерные для конкурентного законодательства, могут стать основой эффективной системы правового регулирования в современной экономике.

В целом, институт защиты от недобросовестной конкуренции, определенный в отечественном законодательстве на сегодня является достаточно развитым, включает в себя соответствующую нормативно-правовую базу – антимонопольное законодательство, контрольную деятельность в этой сфере государственного органа со специальным статусом, а также деятельность государственных органов, субъектов хозяйствования, их объединений, потребителей и общественности, что регулируется отечественным законом.

Меры ответственности за недобросовестную конкуренцию сконструированы в соответствии с принципом справедливости наказания, его индивидуализации и соразмерности. При несоблюдении этого принципа наказание в виде штрафа может превратиться из меры воздействия в инструмент подавления экономической самостоятельности и инициативы, чрезмерного ограничения свободы предпринимательства и права частной собственности.

Глава 3 Проблемы предупреждения недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности

3.1 Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом

В настоящее время между учеными ведется дискуссия о соотношении понятий «недобросовестная конкуренция» и «злоупотребление правом». Определения этих понятий и характеристика закреплены в п.9 статьи 4, статьях 14.1-14.7 Закона о конкуренции и п.1 статьи 10 ГК РФ соответственно. «Перечень форм недобросовестной конкуренции является открытым. Формы, которые четко законом не установлены, имеют «размытый» характер. Это значительно затрудняет их идентификацию. В связи с этим, зачастую становится трудно отличить недобросовестные конкурентные действия и от злоупотребления правом» [39, с. 91].

Некоторые ученые-правоведы считают, что недобросовестная конкуренция это форма злоупотребления правом, но необходимо отметить, что не каждый акт свершения недобросовестной конкуренции хозяйствующим субъектом можно определить фактом злоупотребления правом. Мнение правоведов В.П. Грибанова и О.В. Голиковой сходятся: «на отдельные формы недобросовестной конкуренции, поименованные в законе, установлены законодательные запреты. Следовательно, рассуждают они, при таких условиях лица лишены всякого права на них, чтобы ими возможно было злоупотреблять. В результате чего они резюмируют, что те акты недобросовестной конкуренции, которые прямо запрещены законом, нельзя относить к злоупотреблению правом, ибо абсурдно» [3].

«Ученые, придерживающиеся обратной точки зрения, отличной от первой, не отрицают, что недобросовестная конкуренция есть некая форма злоупотребления правом, не усматривают при этом необходимости нормативного фиксирования недобросовестной конкуренции в статье 10 ГК РФ. Они полагают, что результатом такой фиксации станет смешение между

собой специальных норм закреплённых в статье 4 закона «О защите конкуренции», и общих норм, установленных частью 1, статьи 10 ГК РФ» [11, с. 206].

Выражение «иное недобросовестное осуществление гражданских прав» содержащееся в части 1 статьи 10 ГК РФ, подтверждает, что эта формулировка права раскрыта достаточно широко, таким образом приобщая к ней недобросовестную конкуренцию. Поэтому необязательно каждый раз напоминать о том, что недобросовестная конкуренция является одной из форм злоупотребления правом.

«Рассмотрим поподробнее вторую точку зрения и определим, что означает недобросовестная конкуренция как форма злоупотребления гражданским правом. Одни суды недобросовестную конкуренцию всецело связывают с шиканой - формой злоупотребления правом, при которой субъект осуществляет принадлежащие ему право, одновременно с этим нарушая пределы существования своего права с целью причинения вреда правам и свободам других участников общественных отношений при наличии последствий в виде причинения вреда другому лицу» [54, с. 11]. Обязательный ее признак – исключительное наличие вреда.

М.В. Новиков, кандидат юридических наук, в своей работе «Недобросовестная конкуренция как одна из форм злоупотребления гражданским правом» описывает другую позицию правоведов, она основывается на то, что: «что факт причинения вреда кому либо из субъектов-конкурентов не всегда будет основанием для определения его актом недобросовестной конкуренции. Поскольку, по мнению судебных органов, отсутствие причиненного вреда конкуренту не говорит об отсутствии акта недобросовестной конкуренции, т.к это не соответствует нормативному определению понятия недобросовестной конкуренции, приведенному в статье 4 закона «О защите конкуренции», где не говорится о том, что непосредственной целью недобросовестной конкуренции выступает причинение вреда конкурентам» [22, с. 22].

«Кроме шиканы существуют также случаи ведения недобросовестной конкуренции с помощью обхода закона. Стоит заметить, что кроме случаев обхода закона и шиканы, современная практика имеет примеры, во время которых недобросовестная конкуренция квалифицируется как злоупотребление правом без установленной формы. Такое решение верно, т.к. статья 10 ГК РФ не содержит в себе список форм злоупотребления правом» [54, с. 11].

Тогда почему те или иные формы недобросовестной конкуренции, указанные в п.9 статьи 4 Закона о конкуренции, можно приобщить к форме злоупотребления правом, которые не освещены статьей 10 ГК РФ.

Приведем примеры судебной практики и определим, является ли недобросовестная конкуренция частью злоупотребления правом или она существует совершенно отдельно.

«Суд по интеллектуальным правам рассмотрел в судебном заседании (дело № СИП-98/2017 от 13 июля 2017года) исковое заявление закрытого акционерного общества «РЕННА-ХОЛДИНГ» к открытому акционерному обществу «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ». Исковое заявление мотивировано тем, что общество «РЕННА-ХОЛДИНГ» является правообладателем товарного знака « », которое является однородным товаром, в отношении которого зарегистрирован оспариваемый товарный знак ответчика. По мнению истца, обществом «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» спорный товарный знак не используется, и поэтому общество «РЕННА-ХОЛДИНГ» просит досрочно прекратить правовую охрану оспариваемых товарных знаков, в связи с их неиспользованием» [44].

Важно отметить, что товарный знак истца был зарегистрирован гораздо позже, чем товарный знак ответчика. Также ответчиком доказана широкая известность оспариваемого товарного знака, и при их использовании в отношении конкретных товаров распространяется в глазах потребителей и на иные товары, в отношении которых товарный знак фактически не используется.

Согласно пункту 1 статьи 1486 ГК РФ правовая охрана товарного знака может быть прекращена досрочно в отношении всех товаров или части товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение любых трех лет после его государственной регистрации. При рассмотрении дел о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака вследствие его неиспользования истец должен доказать свою заинтересованность в удовлетворении заявленных требований [23].

Истец «РЕННА-ХОЛДИНГ» заинтересован в досрочном прекращении правовой охраны товарного знака, подтверждая использование этого знака дочерней компанией.

Общество имеет право подать такое заявление, но это право нарушает статью 10 ГК РФ где установлено, что: «не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом)».

Суд признал спорный товарный знак ответчика и товарный знак истца схожими до степени смешения. Таким образом, в действиях «РЕННА-ХОЛДИНГ» присутствуют признаки недобросовестности и намерения причинить вред обществу «КРАСНЫЙ ОКТЯБРЬ» предъявлением настоящего иска. Действия истца нарушают статью 14.6 Закона о защите конкуренции: «о запрете на недобросовестную конкуренцию путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента, либо с товарами или услугами».

Суд также ссылается на пункт 2 статьи 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности, она гласит: «актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах». Подпунктом 1 пункта 3 статьи

10.bis Парижской конвенции подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента.

В приведенном примере действия истца подходят под квалификацию ГК РФ и закона «О защите конкуренции», но суд обосновал решение только статьей 10 ГК РФ. Получается, суд признал недобросовестную конкуренцию частью злоупотребления правом.

Совершенно противоположное решение было принято Тринадцатым Арбитражным Апелляционным судом по делу №А56-99346/2017 от 4 октября 2018 г. Общество с ограниченной ответственностью «СтройКлюч4» обратилось в суд с иском к обществу с ограниченной ответственностью «Фазтон - Топливная сеть номер 1» с требованием запретить ответчику использовать товарный знак.

В апелляционной жалобе ООО «СтройКлюч-4» просит решение суда отменить и вынести по делу новый судебный акт об удовлетворении иска, ссылаясь на неправильное применение норм материального права.

В апелляционной жалобе ООО «Фазтон - топливная сеть номер 1» просит включить в мотивировочную часть решения выводы об установлении в ходе судебного разбирательства фактов, свидетельствующих о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом со стороны ООО «СтройКлюч-4».

Как следует из материалов дела, «СтройКлюч-4» является правообладателем исключительных прав на товарный знак (знак обслуживания) АЕРО. В обоснование иска «СтройКлюч-4» ссылается на использование ответчиком в рекламных целях словесного обозначения и графического изображения спорного товарного знака, также использование в отсутствие соответствующего разрешения правообладателя. ООО «СтройКлюч-4» обратилось в суд с настоящим иском, где суд отказал удовлетворении иска, указав, что товары и услуги, для индивидуализации которых ответчик использует обозначение АЕРО, иные, чем те, для

индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, и не являются однородными. Апелляционная инстанция считает указанные выводы суда правильными.

Ответчик открыто на протяжении 8 лет с момента регистрации использует обозначение АЕРО, то есть задолго до того, как ООО «СтройКлюч-4» приобрело исключительное право на спорный товарный знак. Используемое ответчиком обозначение АЕРО в глазах потребителей приобрело устойчивую положительную деловую репутацию, о чем заведомо было известно ООО «СтройКлюч-4» на момент приобретения исключительного права на спорный товарный знак. При этом с момента государственной регистрации по настоящее время спорный товарный знак не использовался правообладателями для индивидуализации товаров и услуг, в отношении которых он зарегистрирован, поскольку указанные товары и услуги не вводились в гражданский оборот. В настоящее время у товаров и услуг, индивидуализированных спорным товарным знаком, фактически отсутствуют как рынок, так и потребители данных товаров и услуг. В данном случае отсутствует смешение или вероятность смешения спорного товарного знака и используемого ответчиком обозначения АЕРО. Используемое ответчиком при реализации моторного топлива обозначение АЕРО не ассоциируется у потребителей как с ООО «СтройКлюч-4», так и с теми видами деятельности, в отношении которых зарегистрирован спорный товарный знак, в связи с чем, спорные обозначения не способны ввести потребителей в заблуждение относительно истинного изготовителя товаров [32].

Вместе с тем, апелляционная инстанция признает обоснованными доводы ответчика о необходимости дополнить мотивировочную часть решения выводами об установлении в ходе судебного разбирательства фактов, свидетельствующих о недобросовестной конкуренции и злоупотреблении правом со стороны ООО «СтройКлюч-4» при приобретении исключительных прав на комбинированный товарный знак АЕРО.

В данном случае действия истца по приобретению спорного товарного знака на торгах в рамках банкротства ООО «Аэро» (предыдущего правообладателя спорного товарного знака) и последующее предъявление исковых требований к ответчику является злоупотреблением правом со стороны истца, а также являются актом недобросовестной конкуренции.

Приобретая спорный товарный знак на торгах в рамках дела о банкротстве ООО «Аэро», истец заведомо знал о том, что обозначение AERO, сходное со спорным товарным знаком, открыто и добросовестно используется для индивидуализации товаров и услуг.

В качестве критерия недобросовестного поведения может быть принято во внимание последующее (после регистрации) поведение правообладателя. Такое последующее поведение лица, зарегистрировавшего в качестве товарного знака обозначение, ранее использовавшееся им наравне с иными лицами, например, может состоять в действиях по вытеснению конкурентов с рынка путем предъявления в суд требований о пресечении использования спорного обозначения. Такое поведение можно назвать одной из форм недобросовестной конкуренции.

Так как истец приобрел спорный товарный знак на торгах в рамках банкротства ООО «Аэро» (предыдущего правообладателя спорного товарного знака), последующее предъявление исковых требований к ответчику является злоупотреблением правом со стороны, а также являются актом недобросовестной конкуренции.

При рассмотрении этого дела апелляционный суд разграничил злоупотребление правом и факт недобросовестной конкуренции. Получается, что имея на руках факты недобросовестной конкуренции и злоупотребления правом в действиях хозяйствующего субъекта, суд может учесть и принять во внимание оба факта правонарушения или напротив, принять только один, включив в него второй.

3.2 Совершенствование законодательства в сфере предупреждения недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности

Одна из форм недобросовестной конкуренции связана со смешиванием.

«Субъект хозяйствования в таких случаях использует для продвижения собственных товаров или услуг достижения и деловую репутацию других компаний и коммерческую ценность средств индивидуализации их предприятий, производимых ими, по их мнению, оказываемых услуг» [22, с. 25].

Законодательный запрет на такую форму недобросовестной конкуренции является дополнительным уровнем защиты со стороны обладателей исключительных прав. Лица, чьи интересы нарушены, вправе обратиться в суд с иском о восстановлении прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, возмещение вреда, причиненного имуществу в порядке ч. 3 ст. 37 Закона о конкуренции.

В соответствии со статьей 10.bis Конвенции по охране промышленной собственности (Парижской конвенции) подлежит запрету действия, которые могут каким-то способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной либо торговой деятельности конкурента [13].

В РФ подобное правило, как уже было отмечено выше, закреплено в форме запрета на недобросовестную конкуренцию в форме смешения, установленном ст. 14.6 Закона о конкуренции [50].

Указанная выше статья предусматривает, что в России запрещена недобросовестная конкуренция при помощи совершения юридическим лицом действий либо бездействия, которые способны вызвать смешение, а именно:

- «Нелегальное использование обозначения тождественного определенному товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения

продукции или сходного до смешения с ним при помощи размещения на упаковке товара, этикетках, самом товаре или иного использования в отношении продукции, которая продается или другим способом вводится в оборот, а также за счет использования в сети Интернет, в т.ч. размещение в доменном наименовании (доменном имени) и при иных способах адресации» [52, с. 167].

Безусловно, в отношении размещение незаконного использования обозначения тождественного определенному товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения продукции или сходного до смешения с ним в современных доменных наименованиях (доменных именах) слов, похожих на степень смешивания с товарным знаком в HTML-коде, оказывает существенное влияние на результаты поиска, и, следовательно, увеличивает трафик интернет-сайта, привлекает потенциальных потребителей, поощряет продукцию ответчика, однородную с точки зрения продуктов, а производитель, обладающий исключительными правами на эту торговую марку, терпит убытки, что, в свою очередь, порождает недобросовестную конкуренцию.

Так, в деле решением ФАС России от 04.06.2012 г. по делу № А40-96161/12-17-935 в качестве недобросовестной конкуренции были признаны действия ООО «Самарский майонезный завод», в результате которых потребитель был введен в заблуждение относительно ассортимента продукции, произведенной из икры под названиями [42]:

- Икра классическая № 1»;
- Икра с копченым лососем № 2»;
- «Икра подкопченая № 3».

Основанием для принятия такого решения стало обращение ООО СП «Санта-Бремор». В ходе разбирательства было установлено, что истец первым ввел в оборот в РФ икру мойвы с идентичными наименованиями и упаковал её в банки, оформление которых очень сходно по своей цветовой

гамме с оформлением банок с аналогичной продукцией, предлагаемой потребителю ООО «Самарский майонезный завод».

Оспаривание данного решения ФАС в судебной инстанции ООО «Самарский майонезный завод» результата не принесло, так как решение было признано обоснованным (проведено социологическое исследование, в результате которого более половины респондентов (51,5%) показали на схожесть элементов названия и надписи товаров, а 44,1 % – на схожесть формы и размера упаковки (банки) и цветовой гаммы этой продукции. В данном случае правоприменительной практикой была признана недобросовестная конкуренция;

- «Копирования либо имитации внешнего вида товара, вводимого в оборот юридическим лицом-конкурентом, упаковки товара, этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля (в комплексе фирменной одежды, оформления зала, витрины) либо иных элементов, способных индивидуализировать данное юридическое лицо или его товар» [52, с. 168].

Основными средствами индивидуализации на практике выступают: товарный знак, наименование места происхождения товара и фирменное наименование.

«В данном аспекте недобросовестную конкуренцию необходимо понимать в качестве определенных действий по эксплуатации коммерческой ценности, различительной способности и известности средств индивидуализации юридического лица-конкурента, производимых тем товаров или услуг» [4, с. 77].

Необходимо отметить, что так называемая «различительная способность» товаров и индивидуализирующих его средств, к которым относится дизайн этикетки либо упаковка товарного знака, фактически приобретает не в момент их создания как объектов авторского права, а в момент нахождения такого товара с таким дизайном и в упаковке в обороте,

то есть когда его отличительные визуальные свойства позволяют выделить его для потребителей и конкурентов на определенном товарном рынке.

Поэтому нельзя говорить о том, что приобретя аналогичную, например, этикетку у того же дизайнера, обладающего на нее авторскими правами, хозяйствующий субъект может таким образом обойти запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную со смешением.

Вместе с тем, не всегда действия хозяйствующего субъекта в похожих случаях судом расцениваются как смешение. Так, например, Президиум ВАС России давая правовую оценку комбинированному товарному знаку «Nivea» по свидетельству № 720172 и соответствующей продукции, где он размещен, а также устанавливая факт смешения с ним похожей продукции под товарным знаком «Livia» указал, что оба товарных знака в продукции косметического назначения обладают в России существенной различительной способностью и широко узнаваемы среди потребителей, поэтому их смешение в данном случае не происходит [9].

Следовательно, данный вывод позволяет заключить, что важным принципом при оценке вероятности судом факта смешения выступает именно субъективное восприятие этого непосредственными потребителями товаров, несмотря на важность таких факторов, как внешний вид, упаковка товара, этикетка, наименование, цветовая гамма, фирменный стиль и т.п.

Данный факт подтверждается также судебной практикой. Так, ещё в информационном письме ВАС России от 13.12.2007 г. № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» [9] и не утратил своей актуальности в современной правоприменительной практике.

Таким образом, чтобы признать факт смешивания необходимы следующие условия:

- средство индивидуализации должно обладать широкой различительной способностью и известностью у потребителей,

обладало связью с правообладателем (имеется ввиду ассоциативная связь);

- товары введены в оборот на одном и том же товарном рынке;
- существует вероятность того, что потребитель перепутает товар и купит один вместо другого или у него будет впечатление связанности товаров друг с другом;
- ответчик применил элементы оформления оригинального продукта на товарном рынке.

В частности, смешиванием будут являться действия, когда определенный производитель, например, шоколадных изделий использует широко известный дизайн другой компании в качестве украшения упаковки своей продукции. Скорее всего, это создаст угрозу для смешивания и будет способствовать недобросовестному участнику рынка, используя деловую репутацию добросовестного производителя и широкую различительную способность конкретной торговой марки, привлечь потребительский спрос на свой продукт и тем самым получить преимущество в бизнесе.

Кроме того, эти действия могут привести к потере других производителей шоколадных изделий, которые для продвижения своей продукции не прибегают к использованию широко известного дизайна упаковки продукта, популярных среди потребителей.

«Действия по смешиванию могут квалифицироваться как недобросовестная конкуренция по тем же самым общим основаниям, установленным Законом о конкуренции, если они: осуществляются предприятием-конкурентом; предполагают своей целью получение преимуществ в предпринимательской деятельности; нарушают антимонопольное законодательство, обычаи делового оборота и т.п.; причиняют убытки или ущерб деловой репутации» [18, с. 35].

«В целом, под смешением как процессом следует понимать, прежде всего, процесс нарушения антимонопольного законодательства, приводящий к тому, что благодаря заблуждению потребитель товара одного

производителя ошибочно отождествляет этот товар с иным товаром другого производителя или допускает несмотря на отличия возможность производства обоих товаров одним производителем. Следовательно, в ходе такого смешения возникает риск введения потребителя в заблуждение относительно настоящего производителя товара. Поэтому в отечественной практике перед антимонопольными органами могут возникнуть вопросы в части приобретения обозначений, идентичных товарным знакам, различительной способности, а также о наличии или отсутствии конкурентных отношений между сторонами дела» [17, с. 525].

Например, ответчик, торгуя в розницу определенными товарами в пределах города Н., использует незарегистрированное название, аналогичное торговой марке заявителя. Заявитель обладает федеральной розничной сетью, но в городе Н. не имеет своих розничных магазинов, поэтому там он продает аналогичные продукты через Интернет. Ответчик ссылается на отсутствие конкурентных отношений в пределах города Н., так как заявитель не осуществляет в нем розничную деятельность и его товарный знак в городе Н. не представлен.

Наиболее интересными являются споры, вызванные столкновением фирменного наименования с аналогичными обозначениями, которые совпадают в части. Например, «Ювента» и «Ювента-Иваново», «Колибри» и «Колибри Компани», «АМРО Невское» и «Невское», и т.д.

Так, «ООО «Газета Авооська» обратилась с иском к ООО «Новая газета» о запрете использования названия газеты «Новая Авооська», ссылаясь на то, что это нарушает его право на фирменное наименование и торговый знак. Сравнивая фирменное наименование истца и ответчика и торговый знак, суд указал, что те совпадают словесно, графически, а также имеют звуковое сходство.

Средства индивидуализации, используемые истцом и ответчиком, содержат одну ключевую лексическую единицу «Авооська». Отличительной особенностью этих объектов является вспомогательный лексический элемент

– «новый» – и использование тире при написании графиков. Учитывая вышеизложенное, Суд пришел к выводу, что фирменные наименования «Авоська» и «Нью-Авоська» схожи до степени смешения» [9].

«Кроме того, довольно часто хозяйственные субъекты, имеющие иностранное название, добавляют к нему указание своего местоположения, например, «Иваново», «Москва» и т.д. Представляется, что такое добавление оригинального названия не может быть достаточным, чтобы устранить опасность смешивания обозначения в глазах рядовых потребителей» [17, с. 526].

На практике наиболее острый вопрос связан со спорами относительно схожих и тождественных фирменных наименований юридических лиц. Например, одна кондитерская компания имеет торговую марку «Василек», а другая компания с названием «Голубой василек» занимается подобным видом деятельности. В итоге – возникает проблема с правильной интерпретацией понятия и «сходство по степени смешения».

«Само понятие «сходство до степени смешивания» широко используется в области правовой защиты фирменного наименования юридического лица. В ГК РФ нет юридического определения этого понятия, но такое определение содержится в нормативно-правовых актах» [25, с. 42].

Сходство в степени смешения является ассоциацией фирменных наименований друг с другом, несмотря на индивидуальные различия.

Например, арбитражный суд Саратовской области, а несколько позднее и апелляционная инстанция, отказал в удовлетворении иска об изменении фирменного наименования ЗАО «АП Саратовский завод резервуарных металлоконструкций» к ООО «Саратовский резервуарный завод», несмотря на то, что оба предприятия осуществляли производство металлических резервуаров.

Отказывая признавать данный факт, суд первой инстанции исходил из того, что нарушение исключительного права в данном случае отсутствует, так как фирменное наименование общества «АП Саратовский завод

резервуарных металлических конструкций» и общества «Саратовский резервный завод» не схожи до степени смешения.

Вместе с тем, Суд по интеллектуальным правам РФ в качестве кассационной инстанции пришел к выводу, что существуют правовые основания для их отмены, так как обозначение считается близким до степени смешения группировки с другим обозначением, если оно связано с ним в целом, несмотря на индивидуальные различия.

При определении сходства в обозначениях исследуется в основном звуковое, графическое и смысловое сходство в обозначениях, а также значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в указанном обозначении. Суд по интеллектуальным правам РФ сделал вывод, что наименовании общества «АП Саратовский завод резервуарных металлических конструкций» и общества «Саратовский резервный завод» сходны до степени смешения, при этом обе организации ведут идентичную предпринимательскую деятельность [30].

В другом примере, решением арбитражного суда Смоленской области по делу № А62-4588/2015 были удовлетворены иски ООО «Нефтика» к ООО «Нефтика-С» о прекращении использования фирменного наименования, сходного с фирменным наименованием истца до степени смешения.

«Судом было установлено, что ООО «Нефтика» (зарегистрировано в 1999 году в г. Брянск) обратилось в арбитражный суд Смоленской области с иском к «ООО Нефтика-С (зарегистрировано в 2015 году в г. Смоленск) об обязанности хозяйствующего субъекта, являющегося ответчиком, прекратить использование фирменного наименования, сходного с фирменным наименованием истца до степени смешения, в части слов «Нефтика», путем внесения изменений в учредительные документы или изменения фирменного наименования» [45].

Вместе с тем, в практике имеются факты отклонения судами требований истца относительно схожести его фирменного наименования с

фирменным наименованием ответчика. Так, в практике арбитражного суда Липецкой области, на основании данных лингвистической экспертизы, было отклонено подобное требование ЗАО «Липецкэнергоремонт» к ЗАО «Липецкэнергоремонтинвест». Однако постановлением Суда по интеллектуальным правам от 02.12.2014 г. решение по этому делу было отменено, дело направлено на новое рассмотрение, в результате которого было указано, что «вопрос о сходстве до степени смешения» представляет собой вопрос факта и может быть разрешен без экспертизы. Более того, также было указано, что «для признания средств идентификации участников оборота и производимых ими товаров и услуг сходными до степени смешения достаточно установить наличие самой опасности такого смешения. Поэтому с учетом того, что оба ЗАО со спорным фирменным наименованием осуществляют свою предпринимательскую деятельность в одинаковой сфере и на одной территории, Суд по интеллектуальным правам удовлетворил иски и обязал прекратить использование фирменного наименования ответчика, тождественного с фирменным наименованием истца до степени смешения» [33].

В целях разрешения практических вопросов приказом Роспатента от 24.07.2018 г. № 128 было принято Руководство по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знака обслуживания, коллективный знак, их дубликатов (далее – Руководство), в соответствии с которым установлен открытый перечень документов, которые могут служить доказательством приобретения обозначением отличительной способности, в который входили:

- «контракты и договоры, доказывающие значительные объемы производства и продажи товаров (услуг), территориальный охват реализации товаров (услуг), а также если они показывают

длительность использования обозначения для разметки заявленных услуг или товаров;

- материалы для рекламных кампаний (медиа-публикации, телевизионные объявления, а также упоминание в литературе, кино и многое другое);
- социологические исследования, в которых есть акцент на приобретении различительной способности заявленного обозначения (цвета) относительно данного перечня товаров (услуг), производимых заявителем: вопрос формулируется так, чтобы доказать устойчивую ассоциативную связь цветового знака с определенным перечнем товаров (услуг) для конкретного производителя» [37].

Однако распоряжением Правительства РФ от 18.12.2019 г. № 3081-р данный приказ был отменен. Одним из оснований такой отмены явилась позиция Суда по интеллектуальным спорам, что для установления факта недобросовестной конкуренции судам и антимонопольным органам не обязательно прибегать к обязательному назначению социологических исследований [41].

Пункт 4.1.2.3 Руководства предоставляет информацию для анализа указанного при регистрации обозначения (и его элементов), что может ввести в заблуждение по вопросу о производителе.

Наличие конкурентных отношений между заявителем и предполагаемым нарушителем, то есть факт введения в оборот товаров на одном и том же рынке, – общий признак недобросовестной конкуренции. С этой точки зрения необходимо обратить внимание на письмо ФАС России от 30.06.2017 г. № АК/44651/17 «О практике доказывания нарушений, квалифицируемых в соответствии с п. 2 ст. 14.6 «О защите конкуренции» [27].

В соответствии с п. 17 постановления Пленума ВАС РФ от 17.02.2011 г. № 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части

Кодекса РФ об административных правонарушениях» общим признаком недобросовестной конкуренции выступает наличие конкурентных отношений между заявителем и предполагаемым нарушителем, т.е. введение в гражданский оборот товаров [34].

В соответствии с ч. 2 ст. 14.33 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) установлена ответственность за недобросовестную конкуренцию, выразившуюся только во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средства индивидуализации, а не за любое незаконное использование таких результатов или средств. Поэтому административная ответственность наступает только для лица, кто первым вводит в гражданский оборот товар с противозаконным использованием отдельных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации [12].

Таким образом, на основании изложенного автор приходит к следующим выводам.

Существует необходимость определения на законодательном уровне, что вывод о сходстве в степени смешивания двух средств индивидуализации должен основываться не исходя из восприятия их отдельных элементов, а исходя из восприятия потребителями этих наименований в целом (т.е. исходя из общего впечатления). Представляется, что подобная норма защитит интересы правообладателя от использования результатов его интеллектуальной собственности и средств индивидуализации.

В правоприменительной практике представляется целесообразным при рассмотрении судами споров о смешении товарного знака и иными средствами индивидуализации в обязательном порядке оценивать территориальный охват истца и ответчика.

«Режим конкуренции даёт условия для дифференцированного, разнородного состава участников рыночных отношений, что способствует увеличению экономической ценности средств персонализации субъектов

хозяйствования, основной целью которых является формирование отличительного знака, обеспечивающего идентификацию предприятий, производящих продукцию» [15, с. 81].

Как уже отмечалось ранее, одним из антимонопольных запретов, в России запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ и услуг (ст. 14.4 Закона о защите конкуренции).

В общем цель действий по защите от недобросовестной конкуренции в этом аспекте заключается в том, чтобы успешно использовать установленную деловую репутацию добросовестного бизнес-субъекта, для необоснованного получения преимуществ перед конкурентом.

Опасность в данном случае заключается в том, что, как правило, это означает, что недобросовестный субъект расширяется и продвигается путем использования средств индивидуализации юридического лица, тем самым вводя в заблуждение рядового потребителя.

«Недобросовестный предприниматель в данном конкретном случае действуя как конкурент, соблюдая формальные требования закона, нарушает принципы добросовестности, справедливости, разумности и выходит за рамки реализации своих прав, установленных гражданским законодательством» [48, с. 57].

При нарушении запрета на недобросовестную конкуренцию, связанную с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ и услуг одним из вопросов первостепенного значения, который возникает на практике является вопрос о том, какие конкретные действия в данном случае охватываются недобросовестной конкуренцией.

Важно отметить, что предотвращение недобросовестной конкуренции при использовании субъектом хозяйствования в средствах индивидуализации

было поставлено многими авторами в связи с тем, что появились права на интеллектуальную собственность.

Моментом возникновения исключительного права на средства индивидуализации в день его введения в обращение, т. е. с момента государственной регистрации такого права.

Данное положение опирается на закон и на правоприменительную практику. В частности, судом Восточно-Сибирского округа было установлено, что ООО «Бурятмяспром» подал иск о незаконном использовании ООО «Бурятская мясоперерабатывающая компания» своего товарного знака, в том числе и буквосочетания «БМП», требуя запрета конкуренту ООО «Бурятская мясоперерабатывающая компания» использовать как сокращенный товарный знак «БМПК» в упаковке колбас на этом предприятии [35].

Несмотря на то, что суд отказал в удовлетворении исковых требований и пришел к выводу, что действия подсудимого не содержат признаков недобросовестной конкуренции, заявив, что «ООО» Бурятская мясоперерабатывающая компания «зарегистрировано свое фирменное наименование, содержащее не аббревиатуру «БМП», а аббревиатуру «БМПК», он в своем решении отметил, что моментом возникновения исключительного права на средства индивидуализации является день его введения в обращение, т. е. с момента государственной регистрации каждого из предприятий в качестве юридических лиц. В частности, для ООО «Бурятмяспром», в соответствии с п. 2 ст. 1475 ГК РФ моментом возникновения такого права стала дата 27 ноября 2008 года, с которого общество было зарегистрировано в РФ в качестве юридического лица.

Вместе с тем, в соответствии со ст. 1474 ГК РФ каждое юридическое лицо имеет исключительное право на использование своего фирменного наименования как средства индивидуализации любым способом, который не противоречит действующему закону, в том числе:

- путем указания его на вывесках, бланках, в счетах и другой документации;
- путем указания в объявлениях и рекламе;
- путем указания на товарах или упаковках;
- путем указания в сети «Интернет» (п. 1 ст. 1474 ГК РФ).

В соответствии с п. 3 ст. 1474 ГК РФ не признается использование юридическим лицом фирменного наименования, идентичного фирменному наименованию другого юридического лица или похожего на него до степени смешивания, если эти юридические лица ведут аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица, ранее первого было включено в единый государственный реестр юридических лиц.

Следует отметить, что в соответствии с п. 4 ст. 54 ГК РФ, а также п. 1 ст. 1473 ГК РФ право на фирменное наименование есть только у коммерческой организации. Данное обстоятельство подтвердил также Пленум Верховного Суда РФ, указав в п. 147 Постановления № 10: «Наименования некоммерческих организаций (статья 4 Федерального закона «О некоммерческих организациях») не являются средством индивидуализации юридических лиц в смысле положений части четвертой ГК РФ, на них не распространяется правовая охрана, установленная параграфом 1 главы 76 ГК РФ. Ввиду этого правила, предусмотренные статьей 1473 ГК РФ, в том числе запреты, содержащиеся в пункте 4 этой статьи, на некоммерческие организации не распространяются.

Вместе с тем право на наименование некоммерческой организации может быть защищено от действий третьих лиц, являющихся актом недобросовестной конкуренции или злоупотреблением правом, на основании положений статьи 10 ГК РФ, Закона о конкуренции, статьи 10.bis Парижской конвенции. Кроме того, наименованию некоммерческой организации может быть предоставлена правовая охрана как коммерческому обозначению в случаях, предусмотренных параграфом 4 главы 76 ГК РФ» [50].

Верховный Суд разъяснил, что объединения юридических лиц не обладают одинаковыми правами на фирменное наименование с обычной фирмой (п. 147 Постановления № 10).

Также, с целью разрешения упомянутых выше коллизий на практике разъяснениями Верховного Суда РФ было закреплено: «В силу пункта 3 статьи 1474 ГК РФ защите подлежит исключительное право на фирменное наименование юридического лица, раньше другого включенного в Единый государственный реестр юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ), вне зависимости от того, какое из юридических лиц раньше приступило к соответствующей деятельности» (п. 151 Постановления № 10).

В данном случае, дополнительно следует отметить, что в защите права на фирменное наименование того юридического лица, которое включено в единый государственный реестр юридических лиц раньше другого, также может быть отказано в соответствии со ст. 10 ГК РФ, в случае, если суд установит, что оно начало заниматься конкретным видом деятельности специально только для того, чтобы воспользоваться репутацией юридического лица, которое такую деятельность начало фактически осуществлять ранее.

Так, например, Суд по интеллектуальным спорам РФ в решении от 9 июня 2017 года по делу № СИП-693/2016 согласился с Роспатентом, которым не была удовлетворено заявление ИП Ибатуллина А.В. о признании неправомерным и отмене решения Роспатента от 11.10.2016 г. об удовлетворении возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку «МТС» по свидетельству РФ № 440363 [44].

Суть дела такова: данный товарный знак, который принадлежит одному из ведущих операторов мобильной связи в РФ, оспаривался по причине его сходства до степени смешения с иным товарным знаком, зарегистрированным в государственном реестре ранее.

В рамках рассмотрения дела судом установлено то, что есть целый ряд обстоятельств, которые снижают вероятность подобного сходства. В данном конкретном случае – ими являются:

- специфическая графическая манера, в которой оформлен буквенный элемент старшего товарного знака;
- различная семантика и колористическая проработка;
- наличие в старшем товарном знаке сильного изобразительного элемента.

Наряду с этим, судом было также отмечено, что в данном случае необходимо учитывать высокую различительную способность младшего товарного знака, который используется широко и длительное время. В то время как у старшего товарного знака – она является крайне низкой.

На основании вышеизложенных отличий суд обоснованно заключил об реальном смешении товарных знаков в гражданском обороте и отметил, что в подобных действиях правообладателя старшего товарного знака усматривается злоупотребление, выражающееся в нарушении требований п. 151 Постановления № 10 [44].

Обратится с иском и требованием о прекращении использования фирменного наименования, которое тождественно или сходно с фирменным наименованием правообладателя по видам деятельности либо с требованием об изменении фирменного наименования и возмещении причиненных убытков вправе только правообладатель. Причем такая тождественность или сходность должна быть определена в судебном решении.

Следует отметить, что Верховный Суд РФ предоставил право выбора способа прекращения нарушения исключительного права не истцу, а ответчику, для чего резолютивная часть судебного решения должна содержать непосредственный запрет ответчику осуществлять некие действия под неким фирменным наименованием.

Кроме того, он отмечает, что в качестве ответчика по подобным делам допустимо привлекать юридических лиц и индивидуальных

предпринимателей без образования юридического лица, имеющие наемных работников.

Допустимыми доказательствами в данном случае помимо традиционных, выступают «сделанные и заверенные лицами, участвующими в деле, распечатки материалов, размещенных в информационно-телекоммуникационной сети (скриншот), с указанием адреса интернет-страницы, с которой сделана распечатка, а также точного времени ее получения» [21, с. 92].

В соответствии с п. 56 Постановления № 10 «использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации несколькими способами представляет собой, по общему правилу, соответствующее число случаев нарушений исключительного права. Вместе с тем использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации одним лицом различными способами, направленными на достижение одной экономической цели, образует одно нарушение исключительного права. Например, хранение или перевозка контрафактного товара при условии, что они завершены фактическим введением этого товара в гражданский оборот тем же лицом, являются элементом введения товара в гражданский оборот и отдельных нарушений в этом случае не образуют; продажа товара с последующей его доставкой покупателю образует одно нарушение исключительного права» [20, с. 35].

Для предъявления иска о нарушении исключительных прав допускается не дожидаться события нарушения. Он может быть предъявлен правообладателем к ответчику с требованием о пресечении действий, нарушающих исключительное право или образующих угрозу такого нарушения. Причем не только к тем хозяйствующим субъектам, что их совершают или готовятся совершить, но и к иным лицам, что способны данные действия предотвратить или пресечь.

Вместе с тем, в рамках данного иска требование не подлежит удовлетворению, если действие было совершено. В частности, «не подлежит

удовлетворению требования о запрете предложения к продаже или о запрете продажи контрафактного товара, если такой принадлежавший ответчику товар им уже продан». Кроме того, не подлежат удовлетворению и требования не использовать результат интеллектуальной собственности в будущем.

По данной категории дел, истец обладает возможностью на основании п. 3 ст. 1252 ГК РФ выбора способа защиты и вместо возмещения убытков от ответчика, вправе требовать уплаты компенсации, которая взыскивается при доказанности самого факта нарушения, размер и доказывание факта убытков не требуется.

Верховный Суд РФ разъяснил, что «нарушение прав на каждый результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации является самостоятельным основанием применения мер защиты интеллектуальных прав (статьи 1225, 1227, 1252 ГК РФ)».

Если истец определил общий размер компенсации без деления по числу нарушений антимонопольных запретов, то суды должны исходить из того факта, что в данном размере компенсации учтены суммы компенсации за все нарушения запретов в равных долях.

Компенсация, подлежащая выплате, судом должна быть обоснована. Причем, в данном случае в качестве подтверждения стоимости нарушенного права допустимо предоставление данных и из иностранных источников. При определении размера компенсации суд учитывает [29]:

- «обстоятельства, связанные с объектом нарушенных прав (например, его известность публике);
- характер допущенного нарушения (в частности, размещен ли товарный знак на товаре самим правообладателем или третьими лицами без его согласия, осуществлено ли воспроизведение экземпляра самим правообладателем или третьими лицами и т.п.);
- срок незаконного использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, наличие и степень

вины нарушителя (в том числе носило ли нарушение грубый характер, допускалось ли оно неоднократно);

- вероятные имущественные потери правообладателя, являлось ли использование результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации, права на которые принадлежат другим лицам, существенной частью хозяйственной деятельности нарушителя» [29].

Необходимо отметить, что на основании п. 6.1 ст. 1252 ГК РФ, когда допускается нарушение исключительного права на результат интеллектуальной деятельности либо средство индивидуализации, совершенное несколькими хозяйствующими субъектами совместно, они несут перед правообладателем солидарную ответственность. Однако необходимо доказать, что такие действия направлены на достижение общего результата, нарушающего антимонопольное законодательство РФ. В данном случае на основании п. 1 ст. 323 ГК РФ у правообладателя есть право требовать уплаты единой общей компенсации от всех или от каждого в отдельности (за всех с последующим предъявлением регрессивного иска или в части).

Вместе с тем, допускаются случаи, когда правообладатель сам поручает использовать результаты своей интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. В качестве примера, можно привести: производство товаров с определенным товарным знаком, нанесенным на них по договору с правообладателем или выпуск буклетов типографией по заданию издательства и ряд других случаев.

В данном случае в РФ такое использование не требует обязательного получения лицензии и заключения лицензионного договора, так как охватывается исключительным правом правообладателя. Однако, если в ходе подобного использования совершаются действия, нарушающие исключительное право правообладателя, суд может расценить это как нарушение его исключительного права и посчитать основанием для

применения меры защиты исключительных прав в соответствии со ст. 1252 ГК РФ.

В случае, если регистрация и использование произведения как промышленного образца произошли, не имея на то положенного согласия автора, тот обладает правом осуществить защиту своих прав вне зависимости предъявлялось ли требование о признании патента недействительным или нет.

При установлении, что орудия, оборудование либо другие средства применяются для совершения нарушения исключительных прав на результаты интеллектуальной собственности и на средства индивидуализации, они по решению суда изымаются из оборота. Судебное решение в данном конкретном случае должно базироваться на общих правилах гражданского судопроизводства.

Помимо фирменного наименования, на наш взгляд, довольно интересна и актуальна сфера недобросовестной конкуренции при использовании товарных знаков в Интернете, так как экономика также развивается в инновационном направлении.

Одним из наиболее распространенных актов недобросовестной конкуренции, использование инструментов настройки является использование доменных имен, так называемых названий сайтов, которые похожи на товарные знаки зарегистрированные ранее.

В настоящее время в России в области Интернета существуют те же правила, что и на рынке товаров и услуг. Как было отмечено в работе, факт регистрации доменного имени не считается недобросовестной конкуренцией, так как домен не относится к объекту интеллектуальной деятельности.

Однако, если речь идет о наименовании домена, то судебная практика в РФ с декабря 2009 года идет по принципу признания нарушающими антимонопольное законодательство (а именно, нарушением прав на товарные знаки) действий администратора доменных имен, если он является собственником спорных доменов, близких по наименованию с доменами

истца и осуществляет их администрирование, размещая информацию коммерческого характера. В данном случае на практике происходит ситуация, когда пользователи, по невнимательности, опечатке или ошибке набирают на странице интернет-поисковика адрес домена и переходят на схожую страничку домена, принадлежащую владельцу спорных доменов, что в случае предложения там аналогичного товара создает серьёзные конкурентные преимущества для определенного хозяйствующего субъекта [36].

Из постановления № 10 также следует, что владелец веб-сайта определяет порядок его использования определяет по собственному усмотрению. При размещении на таком сайте материала, содержащего результаты интеллектуальной деятельности либо средства индивидуализации, доказывание законности такого размещения должен обеспечить администратор данного ресурса, как обладатель имущественного права.

Согласно правилам регистрации доменных наименований (доменных имен) в домене «.RU» под администратором понимается лицо, которое заключило соответствующий договор о регистрации доменного наименования (имени), осуществляет администрирование такого домена, т.е. определяет порядок его использования. Само право администрирования по договору начинает действовать с даты регистрации доменного наименования и заканчивается по окончании договора о регистрации доменного наименования (доменного имени) [46].

В качестве администратора в данном случае выступает физическое лицо либо индивидуальный предприниматель либо юридическое лицо, на которое зарегистрировано доменное наименование (доменное имя).

Таким образом, владелец-администратор веб-сайта выступает в качестве лица, которое непосредственно использует результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации и несет

ответственность за такое использование соответствующих объектов интеллектуальной собственности.

Правила защиты доменного наименования или имени в РФ не осуществляются в порядке ч. 4 ГК РФ, а подлежат защите по общим основаниях, предусмотренных гражданским законодательством РФ о способах защиты гражданских прав.

Таким образом, доменное имя определенно индивидуализирует сайт, поэтому в данном случае следует не согласиться с современным законодателем, не включившим доменные наименования в число объектов интеллектуальной собственности и не считающих их полноправным средством индивидуализации согласно исчерпывающему перечню, приведенному в п. 1 ст. 1225 ГК РФ.

Подобный подход представляется недальновидным и от него законодателю предстоит отказаться в ближайшем будущем по следующим основаниям:

- информационная технология, которую представляет собой домен обладает определенной ценностью и может являться предметом сделки. Доменное наименование и право его администрирования целесообразно квалифицировать как имущественное право, суть которого заключается в возможности владельца как лица, его зарегистрировавшего, разместить в информационно-коммуникационной сети Интернет информационный ресурс, где доступ осуществляется пользователем при помощи набора неких символов и обозначений, составляющих доменное наименование;
- в соответствии с п. 57 «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения», который утвержден приказом Госстандарта РФ от 28.08.2013 г. № 582-ст (далее – ГОСТ), под интернет-магазином (как наиболее часто встречаемой в хозяйственной практике формой использования доменного наименования) понимается торговая организация, предоставляющая

потребителю посредством сети Интернет сведений, необходимых для совершения покупки, в т.ч. об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах оплаты и т.п. в целях приема сообщений о намерении приобрести товары и обеспечения их самовывоза или доставки продавцом [38].

Следовательно, действия владельца сайта-администратора по приобретению права на доменное наименование могут признаваться недобросовестной конкуренцией. Отталкиваясь от подобных целей регистрации доменного имени – нарушением исключительного права на товарный знак может признаваться сама регистрация.

Так, суд может удовлетворить требование об обязанности хозяйствующего субъекта аннулировать регистрацию доменного наименования (доменного имени) в случае, когда нарушение исключительного права будет признано само приобретение права на доменное наименование (доменное имя).

Подобное требование о пресечении действий, нарушающих право на товарный знак и выражающихся в незаконном использовании доменного наименования (доменного имени) можно предъявить и его владельцу-администратору в порядке пп. 2 п. 1 ст. 1252 ГК РФ, пп. 5 п. 2 ст. 1484 ГК РФ.

Кроме того, требование о возмещении убытков за противозаконное применение торгового знака в доменном наименовании или же о взыскании вместо этого компенсации можно предъявить к владельцу-администратору соответствующего доменного наименования (доменного имени), а также к лицу, фактически использовавшему тождественное или схожее доменное наименование (доменное имя) до степени смешения в отношении товаров, однородных с тем, для индивидуализации которых данный товарный знак был зарегистрирован. Указанные лица подлежат солидарной ответственности, однако, если имеются основания, то администратор доменного наименования имеет право на предъявление регрессного иска к лицу, которое фактически разместило информацию о товарах с однородными

характеристиками на домене в сети Интернет под спорным доменным наименованием.

На основании ходатайства истца данные об администраторе доменного наименования (доменного имени) можно истребовать в порядке ст. 57 Гражданского процессуального кодекса РФ и ст. 66 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

В соответствии с требованием о пресечении действий, нарушающих право на товарный знак его правообладателя, которые выражаются в незаконном использовании доменного наименования (доменного имени), для недопущения причинения существенного вреда истцу допустимы обеспечительные меры.

Принятие подобных мер, направлено на сохранение текущих отношений сторон, например, запрет владельцу-администратору на совершение действий, что приведут к отказу или передаче прав администрирования доменного наименования, в т.ч. к смене регистратора или же запрет регистратору аннулировать доменное наименование (доменное имя) и передавать права такого администрирования доменного наименования (доменного имени) третьим лицам.

На основании изложенного в 3 главе приходим к следующим выводам.

В настоящее время между ученым ведется дискуссия о соотношении понятий «недобросовестная конкуренция» и «злоупотребление правом». Определения этих понятий и характеристика закреплены в п.9 статьи 4, статьях 14.1-14.7 Закона о конкуренции и п.1 статьи 10 ГК РФ соответственно.

Из-за размытости и нечеткости определения недобросовестной конкуренции, сложились два мнения. Первое - это совершенно два разных понятия; второе - частное (недобросовестная конкуренция) и общее (злоупотребление правом), при этом первое из них является формой для второго.

Рассмотрев судебную практику, оценив мнения ученых, считаем, что недобросовестная конкуренция - самостоятельная форма злоупотребления правом. Полагаем, что необходимо законодательно разграничить недобросовестную конкуренцию и злоупотребление правом.

Также в ходе исследования установлено следующее:

- использованием промышленных образцов в продукте или изделии будет считаться факт, когда такой продукт или изделие также, как и в описанных выше случаях, содержит в себе всю совокупность существенных признаков конкретного промышленного образца или совокупность таких отличительных черт, которая производит на информированного потребителя общее впечатление, аналогичное общему впечатлению потребителя от запатентованного промышленного образца. В данном случае также существенным условиям выступает тот факт, что оба изделия имеют сходное потребительское назначение и свойства;
- для целей применения запрета недобросовестной конкуренции, установленного ст. 14.5 Закона о конкуренции, доказыванию подлежат в основном четыре ключевых аспекта подобных незаконных действий: 1) имеются ли конкурентные отношения у ответчика и правообладателя; 2) факт введения именно ответчиком в оборот товара, взаимозаменяемого по свойствам с товаром правообладателя с противозаконным использованием результата интеллектуальной собственности, который правообладателю принадлежит; 3) конечная направленность действий ответчика, имеющая своей целью – необоснованное получение преимуществ в ходе осуществления своей предпринимательской деятельности; 4) реальная способность ответчика своими действиями по введению такого товара в оборот причинить убытки или вред репутации правообладателю, являющемуся его конкурентом.

- отсутствие четкого определения в нормах ГК РФ всех требований и отличительных свойств присущих каждому из 16 объектов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, указанных в перечне п. 1 ст. ст. 1225 ГК РФ. В противном случае наблюдается правовое неравенство, когда, например, средства индивидуализации без отличительных признаков, получают защиту, а объекты интеллектуальной собственности и средства индивидуализации, у кого нет этих признаков, наоборот, не получают средства правовой защиты.

Кроме того, доказано следующее:

- преждевременность введения запрета на расширение территории использования изобретения в порядке п. 1 ст. 1361 ГК РФ, например, в ситуации, когда подобное расширение необходимо, например, из-за причин экономического плана (отсутствие в регионе сырья, необходимого для производства продукции и т.п.). В этой связи следует заявить о том, что территориальное ограничение преждепользования в данной ситуации – это необоснованно и неоправданно, если хозяйствующим субъектом все остальные запреты, положенные по закону – соблюдаются в полном объеме. Кроме того, правоприменительная практика может подойти к тому, что суды станут ставить вопрос о невозможности продажи товара покупателям из новых регионов, что не согласуется с тем, что действие патента не распространяется на товары, которые были правомерно введены в гражданский оборот. Безусловно, подобная практика будет несправедлива. Кроме того, географические границы рынка покупателей товара могут сместиться, однако объем товаров, производимых хозяйствующим субъектом останется на прежнем уровне (то есть произойдет ограничение исключительного права патентообладателя). Поэтому вводить территориальные ограничения права преждепользования, по нашему мнению,

является излишним, из-за сложностей применения на практике, а так же и из-за размытой формулировки, позволяющей её некорректно истолковать, не учитывая существо права преждепользования и иных изъятий из исключительного права.

- необходимость определения на законодательном уровне того обстоятельства, что вывод о сходстве в степени смешивания двух средств индивидуализации суда или иного уполномоченного органа должен основываться не исходя из восприятия их отдельных элементов, а исходя из восприятия потребителями этих наименований в целом (т.е. исходя из общего впечатления). Представляется, что подобная норма защитит интересы правообладателя от использования результатов его интеллектуальной собственности и средств индивидуализации.
- при рассмотрении судами споров о смешении товарного знака и иными средствами индивидуализации на практике в обязательном порядке оценивать территориальный охват предприятиями истца и ответчика.
- доменные наименования (доменные имена) определенно индивидуализируют веб-сайт и являются признанным практикой средством индивидуализации товаров, поэтому также подлежат защите в порядке ч. 4 ГК РФ по следующим основаниям: а) Информационная технология, которую представляет собой домен обладает определенной ценностью и может являться предметом сделки. Доменное наименование и право его администрирования целесообразно квалифицировать как имущественное право, суть которого заключается в возможности владельца как лица, его зарегистрировавшего, разместить в информационно-коммуникационной сети Интернет информационный ресурс, где доступ осуществляется пользователем при помощи набора неких символов и обозначений, составляющих доменное наименование; б)

В соответствии с п. 57 «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения», который утвержден приказом Госстандарта РФ от 28.08.2013 г. № 582-ст под интернет-магазином (как наиболее часто встречаемой в хозяйственной практике формой использования доменного наименования) понимается торговая организация, предоставляющая потребителю посредством сети Интернет сведений, необходимых для совершения покупки, в т.ч. об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах оплаты и т.п. в целях приема сообщений о намерении приобрести товары и обеспечения их самовывоза или доставки продавцом.

Следовательно, действия владельца сайта-администратора по приобретению права на доменное наименование могут признаваться недобросовестной конкуренцией. Отталкиваясь от подобных целей регистрации доменного имени – нарушением исключительного права на товарный знак может признаваться сама регистрация. Так, суд может удовлетворить требование об обязанности хозяйствующего субъекта аннулировать регистрацию доменного наименования (доменного имени) в случае, когда нарушение исключительного права будет признано само приобретение права на доменное наименование (доменное имя). Подобное требование о пресечении действий, нарушающих право на товарный знак и выражающихся в незаконном использовании доменного наименования (доменного имени) можно предъявить и его владельцу-администратору в порядке пп. 2 п. 1 ст. 1252 ГК РФ, пп. 5 п. 2 ст. 1484 ГК РФ.

Кроме того, требование о возмещении убытков за противозаконное применение торгового знака в доменном наименовании или же о взыскании вместо этого компенсации можно предъявить к владельцу-администратору соответствующего доменного наименования (доменного имени), а также к лицу, фактически использовавшему тождественное или схожее доменное наименование (доменное имя) до степени смешения в отношении товаров,

однородных с тем, для индивидуализации которых данный товарный знак был зарегистрирован. Указанные лица подлежат солидарной ответственности, однако, если имеются основания, то администратор доменного наименования имеет право на предъявление регрессного иска к лицу, которое фактически разместило информацию о товарах с однородными характеристиками на домене в сети Интернет под спорным доменным наименованием.

Таким образом, на основании вышеизложенного, а также того факта, что в ходе вынужденной самоизоляции за период пандемии COVID-19 в нашей стране, по разным оценкам, рынок e-commerce вырос на 30-35 процентов и продолжает расти, полагаем своевременным и обоснованным предложить внесение изменений в ст. 1225 ГК РФ «Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации», где в п. 1 добавить п.п. 13.1 «– доменные наименования (доменные имена)». Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что в настоящее время фактически доменные наименования (доменные имена) являются признанным практикой средством индивидуализации товаров, поэтому также подлежит защите в порядке ч. 4 ГК РФ.

Заключение

На основании изложенного в исследовании приходим к следующим выводам.

Установлено, что конкуренция является ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, и является центром всей системы рыночного хозяйства. Выделены четыре её ключевые функции: регулирования; распределения; мотивирования и стимулирования.

Конкуренция – это состязание между хозяйствующими субъектами экономики за превосходство на рынке сбыта товаров и услуг, за более высокую прибыль и другие доходы. Она является одним из самых действенных механизмов регулирования рыночной экономики, а также цивилизованной и легализованной формой борьбы за существование. Но не всегда методы конкурентной борьбы укладываются в рамки правового регулирования, и такая конкуренция называется недобросовестной.

Впервые термин «недобросовестная конкуренция» был употреблен во Франции в начале XIX века, хотя само это явление возникло гораздо раньше – с момента формирования рыночных отношений. Понятие недобросовестной конкуренции появилось в России в результате развития рыночной экономики и основывается на глубоких исследованиях законодательства и практики многих государств, для которых оно известно длительное время.

Законодатели и практики на современном этапе под недобросовестной конкуренцией понимают конкуренцию, что противоречит честному поведению в промышленности и торговле. Обосновано, что недобросовестная конкуренция по своей антиправовой природе препятствует утверждению общественно нормальных условий производства и обращения, ей не свойственна роль движущей силы развития экономики, главного признака рыночной экономики, что содержит в себе стимулы для научно-

технического прогресса. Поэтому в отличие от добросовестной конкуренции, она наносит серьёзный ущерб как государственным, так и общественным интересам.

На практике недобросовестная конкуренция имеет огромное количество форм проявления. Из-за глубины и специфики данного понятия перечень форм остается открытым.

На наш взгляд, эффективной мерой снятия нагрузки с ФАС России и судов было бы закрепление новых форм недобросовестной конкуренции, более тщательная и детальная регламентация «иных форм», которые подпадают под статью 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Анализируя нормы конкурентного законодательства, следует подчеркнуть их комплексный характер. Антимонопольное законодательство РФ базируется на нормах Парижской Конвенции, Основного закона РФ, части 4 ГК РФ, Закона о конкуренции и содержит нормы, категории и институты нескольких отраслей права. Особенностью отечественного антимонопольного законодательства является сочетание творческой, стимулирующей и регуляторной функции, благодаря наличию в законодательстве всего комплекса регулятивных, охранительных и специализированных норм. В РФ такое законодательство выступает как средство примирения и взаимодействия между государством и частным сектором экономики.

Комплексность антимонопольного законодательства, баланс между саморегулированием и государственным регулированием, характерные для конкурентного законодательства, могут стать основой эффективной системы правового регулирования в современной экономике.

В целом, институт защиты от недобросовестной конкуренции, определенный в отечественном законодательстве на сегодня является достаточно развитым, включает в себя соответствующую нормативно-правовую базу – антимонопольное законодательство, контрольную

деятельность в этой сфере государственного органа со специальным статусом, а также деятельность государственных органов, субъектов хозяйствования, их объединений, потребителей и общественности, что регулируется отечественным законом.

Меры ответственности за недобросовестную конкуренцию сконструированы в соответствии с принципом справедливости наказания, его индивидуализации и соразмерности. При несоблюдении этого принципа наказание в виде штрафа может превратиться из меры воздействия в инструмент подавления экономической самостоятельности и инициативы, чрезмерного ограничения свободы предпринимательства и права частной собственности.

В настоящее время между учеными ведется дискуссия о соотношении понятий «недобросовестная конкуренция» и «злоупотребление правом». Определения этих понятий и характеристика закреплены в п.9 статьи 4, статьях 14.1-14.7 Закона о конкуренции и п.1 статьи 10 ГК РФ соответственно. Из-за размытости и нечеткости определения недобросовестной конкуренции, сложились два мнения. Первое - это совершенно два разных понятия; второе - частное (недобросовестная конкуренция) и общее (злоупотребление правом), при этом первое из них является формой для второго. Рассмотрев судебную практику, оценив мнения ученых, считаем, что недобросовестная конкуренция - самостоятельная форма злоупотребления правом. Полагаем, что необходимо законодательно разграничить недобросовестную конкуренцию и злоупотребление правом.

Также в ходе исследования установлено следующее.

Использованием промышленных образцов в продукте или изделии будет считаться факт, когда такой продукт или изделие также, как и в описанных выше случаях, содержит в себе всю совокупность существенных признаков конкретного промышленного образца или совокупность таких отличительных черт, которая производит на информированного потребителя

общее впечатление, аналогичное общему впечатлению потребителя от запатентованного промышленного образца. В данном случае также существенным условием выступает тот факт, что оба изделия имеют сходное потребительское назначение и свойства;

Для целей применения запрета недобросовестной конкуренции, установленного ст. 14.5 Закона о конкуренции, доказыванию подлежат в основном четыре ключевых аспекта подобных незаконных действий: 1) имеются ли конкурентные отношения у ответчика и правообладателя; 2) факт введения именно ответчиком в оборот товара, взаимозаменяемого по свойствам с товаром правообладателя с противозаконным использованием результата интеллектуальной собственности, который правообладателю принадлежит; 3) конечная направленность действий ответчика, имеющая своей целью – необоснованное получение преимуществ в ходе осуществления своей предпринимательской деятельности; 4) реальная способность ответчика своими действиями по введению такого товара в оборот причинить убытки или вред репутации правообладателю, являющемуся его конкурентом.

Отсутствие четкого определения в нормах ГК РФ всех требований и отличительных свойств присущих каждому из 16 объектов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, указанных в перечне п. 1 ст. 1225 ГК РФ. В противном случае наблюдается правовое неравенство, когда, например, средства индивидуализации без отличительных признаков, получают защиту, а объекты интеллектуальной собственности и средства индивидуализации, у кого нет этих признаков, наоборот, не получают средства правовой защиты.

Кроме того, доказано следующее.

Преждевременность введения запрета на расширение территории использования изобретения в порядке п. 1 ст. 1361 ГК РФ, например, в ситуации, когда подобное расширение необходимо, например, из-за причин экономического плана (отсутствие в регионе сырья, необходимого для

производства продукции и т.п.). В этой связи следует заявить о том, что территориальное ограничение преждепользования в данной ситуации – это необоснованно и неоправданно, если хозяйствующим субъектом все остальные запреты, положенные по закону – соблюдаются в полном объеме. Кроме того, правоприменительная практика может подойти к тому, что суды станут ставить вопрос о невозможности продажи товара покупателям из новых регионов, что не согласуется с тем, что действие патента не распространяется на товары, которые были правомерно введены в гражданский оборот. Безусловно, подобная практика будет несправедлива. Кроме того, географические границы рынка покупателей товара могут сместиться, однако объем товаров, производимых хозяйствующим субъектом останется на прежнем уровне (то есть произойдет ограничение исключительного права патентообладателя). Поэтому вводить территориальные ограничения права преждепользования, по нашему мнению, является излишним, из-за сложностей применения на практике, а так же и из-за размытой формулировки, позволяющей её некорректно истолковать, не учитывая существо права преждепользования и иных изъятий из исключительного права.

Необходимость определения на законодательном уровне того обстоятельства, что вывод о сходстве в степени смешивания двух средств индивидуализации суда или иного уполномоченного органа должен основываться не исходя из восприятия их отдельных элементов, а исходя из восприятия потребителями этих наименований в целом (т.е. исходя из общего впечатления). Представляется, что подобная норма защитит интересы правообладателя от использования результатов его интеллектуальной собственности и средств индивидуализации.

При рассмотрении судами споров о смешении товарного знака и иными средствами индивидуализации на практике в обязательном порядке оценивать территориальный охват предприятиями истца и ответчика.

Доменные наименования (доменные имена) определенно индивидуализируют веб-сайт и являются признанным практикой средством индивидуализации товаров, поэтому также подлежат защите в порядке ч. 4 ГК РФ по следующим основаниям: а) информационная технология, которую представляет собой домен обладает определенной ценностью и может являться предметом сделки. Доменное наименование и право его администрирования целесообразно квалифицировать как имущественное право, суть которого заключается в возможности владельца как лица, его зарегистрировавшего, разместить в информационно-коммуникационной сети Интернет информационный ресурс, где доступ осуществляется пользователем при помощи набора неких символов и обозначений, составляющих доменное наименование; б) в соответствии с п. 57 «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения», который утвержден приказом Госстандарта РФ от 28.08.2013 г. № 582-ст под интернет-магазином (как наиболее часто встречаемой в хозяйственной практике формой использования доменного наименования) понимается торговая организация, предоставляющая потребителю посредством сети Интернет сведений, необходимых для совершения покупки, в т.ч. об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах оплаты и т.п. в целях приема сообщений о намерении приобрести товары и обеспечения их самовывоза или доставки продавцом.

Следовательно, действия владельца сайта-администратора по приобретению права на доменное наименование могут признаваться недобросовестной конкуренцией. Отталкиваясь от подобных целей регистрации доменного имени – нарушением исключительного права на товарный знак может признаваться сама регистрация. Так, суд может удовлетворить требование об обязанности хозяйствующего субъекта аннулировать регистрацию доменного наименования (доменного имени) в случае, когда нарушение исключительного права будет признано само приобретение права на доменное наименование (доменное имя). Подобное

требование о пресечении действий, нарушающих право на товарный знак и выражающихся в незаконном использовании доменного наименования (доменного имени) можно предъявить и его владельцу-администратору в порядке пп. 2 п. 1 ст. 1252 ГК РФ, пп. 5 п. 2 ст. 1484 ГК РФ.

Кроме того, требование о возмещении убытков за противозаконное применение торгового знака в доменном наименовании или же о взыскании вместо этого компенсации можно предъявить к владельцу-администратору соответствующего доменного наименования (доменного имени), а также к лицу, фактически использовавшему тождественное или схожее доменное наименование (доменное имя) до степени смешения в отношении товаров, однородных с тем, для индивидуализации которых данный товарный знак был зарегистрирован. Указанные лица подлежат солидарной ответственности, однако, если имеются основания, то администратор доменного наименования имеет право на предъявление регрессного иска к лицу, которое фактически разместило информацию о товарах с однородными характеристиками на домене в сети Интернет под спорным доменным наименованием.

Таким образом, на основании вышеизложенного, а также того факта, что в ходе вынужденной самоизоляции за период пандемии COVID-19 в нашей стране, по разным оценкам, рынок e-commerce вырос на 30-35 процентов и продолжает расти, полагаем своевременным и обоснованным предложить внесение изменений в ст. 1225 ГК РФ «Охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации», где в п. 1 добавить п.п. 13.1 «— доменные наименования (доменные имена)». Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что в настоящее время фактически доменные наименования (доменные имена) являются признанным практикой средством индивидуализации товаров, поэтому также подлежит защите в порядке ч. 4 ГК РФ.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Алексеева, Е.А. Хозяйствующий субъект в конкурентном праве/Е.А. Алексеева// Проблемы науки. – 2020. – № 3. – С. 6 – 9.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.05.2022) // СПС «КонсультантПлюс».
3. Грибанов В.П. Осуществление и защита гражданских прав / В.П. Грибанов / Изд. 2-е, стереотип. - М.: «Статут».- 2001 г. // КонсультантПлюс: Классика Российского Права. // URL: <https://civil.consultant.ru/elib/books/1/>(дата обращения: 20.05.2022).
4. Даниловская, А.В. Конкуренция как объект уголовно-правовой охраны / А.В. Даниловская// Lex Russica. – 2020. – № 2. – С. 75 – 89.
5. Доклад ФАС России о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2020 год // Официальный сайт ФАС России // URL: <https://fas.gov.ru/documents/687866> (дата обращения: 27.05.2022).
6. Доклад УФАС 8.08.2019г. Республики Хакасия на брифинге врио руководителя управления – начальником отдела антимонопольного законодательства и рекламы Ольги Липиной. // URL: Официальный сайт УФАС по Республике Хакасия <https://hakasia.fas.gov.ru/>(дата обращения: 27.05.2022).
7. Доклад Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области. Официальный сайт УФАС по Ленинградской области. // URL: <https://lenobl.fas.gov.ru/>(дата обращения: 27.05.2022).
8. Егорова М.А. Гражданско-правовые последствия нарушений антимонопольного законодательства / Юстицинформ.- 2020 – 408 с.
9. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» // Вестник ВАС РФ. – 2008. – № 2. С. 3.
10. Каминка А.И. Очерки торгового права / Центр ЮрИнфор.- 2002. –

С. 270-271.

11. Кацяя Т.В. Злоупотребление субъективным гражданским правом // Закон. 2009. N 3. - С. 206-210.

12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 января 2002 г. N 1 (часть I) ст. 1

13. Конвенция по охране промышленной собственности (Париж 20.03.1883) // Закон. – 1999. – № 7. С. 3.

14. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30. 12.2008 № 6-ФКЗ, от 30. 12.2008 № 7-ФКЗ, от 05. 02.2014 № 2-ФКЗ, от 14.03.2020 №1-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 9. – Ст. 4398.

15. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография / под ред. М.А. Егорова. – М.: Юстицинформ, – 2015 – 656 с..

16. Курдин А. А., Комкова А. А. Нарушение прав на результаты интеллектуальной деятельности как вид недобросовестной конкуренции / Научные исследования экономического факультета. – 2015 г.- № 2.- С. 19-38.

17. Левушкин А.Н. Правовое регулирование конкуренции и защиты от монополистической деятельности / В сборнике: Право и бизнес: конвергенция частного и публичного права в регулировании предпринимательской деятельности. – 2015 г. – С. 521-531

18. Маслова А.И. Виды недобросовестной конкуренции /А.И. Маслова // Юстиция. – 2019. – № 3. С. 35-37.

19. Михайлов А.В. Правовые способы пресечения недобросовестной конкуренции на рынке органической продукции /А.В. Михайлов // Конкурентное право. – 2019. – № 3. – С. 37 – 39.

20. Надежин Н.Н. Конкуренция в российской экономике: проблемы правовой регламентации/ Н.Н. Надежин // Конкурентное право. – 2019. – № 3. - С. 35-38.

21. Недобросовестная конкуренция: учебно-методическое пособие / под ред. О.А. Городова. – М.: Юстицинформ, 2020. – 324 с.

22. Новиков М.В Недобросовестная конкуренция как одна из форм злоупотребления гражданским правом»/ М.В Новиков / автореферат дис. кандидата юридических наук.- 2018 г. – 30 с.

23. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.09.2015) п. 42 // СПС «КонсультантПлюс»

24. Парижская конвенция по охране промышленной собственности (подписана в Париже 20 марта 1883 года, пересмотренная в Брюсселе 14 декабря 1900 года, в Вашингтоне 2 июня 1911 года, в Гааге 6 ноября 1925 года, в Лондоне 2 июня 1934 года, в Лиссабоне 31 октября 1958 года, в Стокгольме 14 июля 1967 года и измененная 2 октября 1979 года) // Ведомости Верховного Совета СССР. – 1968. – № 40.

25. Петрова С.Д. Акты финансовых организаций, квалифицируемые в качестве недобросовестной конкуренции /С.Д. Петрова, Э.М. Мкртчян, А.А. Алексеенко // Конкурентное право. – 2019. – № 1. – С. 42 – 45.

26. Письмо Федеральной Антимонопольной Службы от 26 августа 2019 г. № АК/74286/19 Об особенностях рассмотрения дел о нарушении запрета, установленного Ст. 14.4 Закона «О защите конкуренции» / СПС «КонсультантПлюс».

27. Письмо ФАС России от 30.06.2017 г. № АК/44651/17 «О практике доказывания нарушений, квалифицируемых в соответствии с п. 2 ст. 14.6 «О защите конкуренции» // СПС «КонсультантПлюс» Постановление Арбитражного суда Московского округа от 19.03.2020 г. № А40-106745/2018 // Банк решений арбитражных судов // URL: <https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/f3dab634-0e41-4c19-80c4->

5fddb08c7860/846c15e8-e599-419c-86bd-f454742a2f28/%D0%9040-106745-2018__20200319.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 27.05.2022).

28. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 19.03.2020 г. № А40-106745/2018 // Банк решений арбитражных судов // URL: https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/f3dab634-0e41-4c19-80c4-5fddb08c7860/846c15e8-e599-419c-86bd-f454742a2f28/%D0%9040-106745-2018__20200319.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 27.05.2022).

29. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 г. № 10 «О применении части 4 Гражданского кодекса РФ» // Российская газета. – 2019. – № 96. – 6 мая.

30. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26.11.2015 г. № С01-957/2015 по делу № А57-1836/2015 // СПС «КонсультантПлюс»

31. Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»». // Официальный сайт Федеральных Арбитражных Судов РФ. URL: <http://www.arbitr.ru> (дата обращения: 27.05.2022).

32. Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суд от 4 октября 2018 г. по делу № А56-99346/2017 // Официальный сайт Судебных и нормативных актов. URL: <https://sudact.ru/arbitral/doc/W5j59Rly3Sgw/> (дата обращения: 13.05.2022 г.)

33. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26.10.2015 г. № С01-113/2014 по делу №А36-3075/2013 // СПС «КонсультантПлюс» (

34. Постановления Пленума ВАС РФ от 17.02.2011 г. № 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса РФ об административных правонарушениях» // СПС «КонсультантПлюс»

35. Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 02.10.2017 г. по делу № А10-1797/2014 // СПС «КонсультантПлюс»

36. Постановление Президиума ВАС РФ от 08.12.2009 № 9833/09 по делу № А40-53937/08-51-526 // Вестник ВАС РФ. – 2010. – № 3. С. 3.

37. Приказ Роспатента от 24.07.2018 г. № 128 «Об утверждении Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов» // СПС «КонсультантПлюс» (Утратил силу).

38. Приказ Росстандарта от 28.08.2013 г. № 582-ст. «Об утверждении ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» // СПС «КонсультантПлюс»

39. Радченко С.Д. Злоупотребление правом в гражданском праве России / М.: Волтерс Клувер. – 2010 г.- 216 с.

40. Разъяснение Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 11 По определению размера убытков, причиненных в результате нарушения антимонопольного законодательства (утв. протоколом Президиума ФАС России от 11.10.2017 N 20) // СПС «КонсультантПлюс».

41. Распоряжение Правительства РФ от 18.12.2019 г. № 3081-р «Об отмене приказов Роспатента от 24.07.2018 № 127 и 128» // Собрание законодательства РФ. – 2019. – № 51. – Ст. 7755.

42. Решение ФАС России от 04.06.2012 г. по делу № А40-96161/12-17-935 // СПС «КонсультантПлюс»

43. Решение Арбитражного суда Липецкой области от 16.03.2021 г. № А36- 1655/2020 // Банк решений арбитражных судов // URL: https://ras.arbitr.ru/Document/Pdf/bc4040dd-f0eb-4d91-9aeeeeae115f17e2/51b0321c-12f4-4dd3-ab0c-529e2e209de7/%D0%9036-1655-2020__20210311.pdf?isAddStamp=True (дата обращения: 27.05.2022).

44. Решение Суда по интеллектуальным спорам РФ от 9 июня 2017 года по делу № СИП-693/2016 // СПС «КонсультантПлюс»

45. Решение Арбитражного Суда Смоленской области по делу №А62-4588/2015 // СПС «КонсультантПлюс» Решение Суда по интеллектуальным правам от 13 июля 2017 г. Москва. Дело № СИП-98/2017 //

URL:<https://sudact.ru/arbitral/doc/Ojt5JjQexPNO/> (дата обращения: 28.05.2022 г.)

46. Решение Координационного центра национального домена сети Интернет от 05.10.2011 г. № 2011-18/81 «Об утверждении Правил регистрации доменных имен в доменах .RU и .РФ» (ред. 17.12.2019 г.) // СПС «КонсультантПлюс»

47. Серебруев И.В. Правовая природа недобросовестной конкуренции: понятие, признаки, формы / Бизнес, менеджмент и право.- 2015 г.- № 1.- С.146-149.

48. Серегин Д.И. Защита конкуренции как цель и средства ее достижения/ Д.И. Серегин // Юрист. – 2019. – № 7. – С. 51 – 60.

49. Соглашение содружества СНГ «О развитии сотрудничества в рамках Содружества Независимых Государств / Доступ из сайта Министерства Иностранных Дел РФ. // URL: <https://www.mid.ru/o-razvitiisotrudnicestva-v-ramkah-sodruzestvanezavisimyh-gosudarstv> (дата обращения: 27.05.2022).

50. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31. – Ст. 3434.

51. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.05.2022) «О рекламе» // Собрание законодательства Российской Федерации от 20 марта 2006 г. N 12 ст. 1232

52. Фоменко А.С. Современные проблемы административно-правовой защиты от недобросовестной конкуренции / научное сообщество студентов XXI столетия. гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XXXVII междунар. студ. науч.-практ. конф.- 2015 г.- № 10.- С. 167-170.

53. Цыганкова В.О. Конкуренция и право / журнал Конкуренция и право. - 2011. - № 4. - С. 3 – 5.

54. Шашерина Е.П. Шикана как форма злоупотребления правом / Материалы III международной научной конференции.- 2015 г.- С. 10-13.

55. Шретер В. Недобросовестная конкуренция // Сборник статей по гражданскому и торговому праву. Памяти профессора Габриэля Феликсовича Шершеневича. - М.: Статут, 2005. - С. 548-582
56. Cauffman, Caroline, Hao Qian (eds). 2016. Procedural Rights in Competition Law in the EU and China. Berlin, Springer
57. Christopher Wadlow. Four paradigms of unfair competition. Christopher Wadlow // UEA Law School and ESRC CCP. 2017.
58. Unfair Competition. July 31, 2017 by L Henkin
59. California's Unfair Competition Law and Consumers Legal Remedies Act 2020 Annual Overview. MARCH 2020. All Rights Reserved
60. Trademark and Unfair Competition Conflicts Historical-Comparative, Doctrinal, and Economic Perspectives. Tim W. Dornis Leuphana University (Germany)