

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)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему «Средства индивидуализации юридического лица» _____

Студент

П.В. Прудников

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Ю.В. Смоляк

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Аннотация

Темой исследования бакалаврской работы являются средства индивидуализации юридического лица, что представляется одной из наиболее актуальных тем в настоящее время. Мировое сообщество становится с одной стороны все более информационным, с другой, является обществом потребления разнообразных товаров, работ, услуг. Обеспечивать выделение из общей массы конкретных товаров, работ, услуг становится все сложнее и сложнее, в связи с чем средства индивидуализации и методы их защиты от неправомерного использования играют все более заметную роль.

Целью данной работы является системное рассмотрение вопросов природы и видов средств индивидуализации, а также проблем, связанных с процессами возникновения прав на средства индивидуализации, их использования в хозяйственном обороте и оснований прекращения таких прав.

Задачи исследования:

- определение основных понятий средств индивидуализации юридического лица;
- выявление основной специфики различных средств индивидуализации юридического лица;
- определение порядка регистрации, использования и прекращения прав на средства индивидуализации;
- рассмотрение видов правовой защиты средств индивидуализации юридического лица.

Структурно работа состоит из введения, трех глав, объединяющих восемь параграфов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников. Общий объем исследования занимает 61 страницу, при написании работы использовано 42 источника.

Оглавление

Введение	2
Глава 1 Общая характеристика средств индивидуализации юридического лица	7
1.1 Понятие средств индивидуализации	7
1.2 Классификация средств индивидуализации.....	9
1.3 Особенности интеллектуальных прав на средства индивидуализации	13
Глава 2 Осуществление прав на средства индивидуализации юридического лица	18
2.1 Возникновение прав на средства индивидуализации	18
2.2 Использование объектов средств индивидуализации.....	26
2.3 Прекращение прав на средства индивидуализации	34
Глава 3 Защита прав на средства индивидуализации юридических лиц и ответственность за их нарушение.....	41
3.1 Виды ответственности за нарушение прав на средства индивидуализации	41
3.2 Формы защиты прав на средства индивидуализации	47
Заключение	52
Список используемой литературы и используемых источников	56

Введение

В настоящее время все мировое развитие свидетельствует о том, что ведущие экономики промышленно развитых стран являются обществами потребления различных товаров (работ, услуг). В этих условиях для осуществления успешной предпринимательской деятельности любым субъектом хозяйствования необходимо выделить свои товары, работы, услуги из бесчисленного количества их аналогов, которые предлагают конкуренты.

Лучше всего этому служат средства индивидуализации, к которым относятся в частности, товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товара.

Средства индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности служат для потребителей ориентиром, позволяющим им ориентироваться в огромном количестве аналогичных товаров, работ, услуг и получать гарантированное качество, не осуществляя этот процесс методом проб и ошибок.

Сами по себе средства индивидуализации, будучи узнаваемыми на товарных рынках, не только способствуют продажам, но и несут в себе огромную величину нематериальных активов самого предприятия. Так стоимость товарных знаков ведущих компаний на международном рынке составляет десятки миллиардов долларов. В Российской Федерации стоимость товарных знаков составляет сотни миллиардов рублей. Например, по данным исследовательской компании Brand Finance за 2021 год стоимость товарного знака «СБЕР» составила 730 млрд.руб., а общая стоимость товарных знаков 50 крупнейших российских компаний составила 4,8 трлн.руб.

Таким образом, разработка правовых вопросов индивидуализации объектов предпринимательской деятельности и проблем по их защите представляется актуальной темой настоящего исследования.

Целью настоящей бакалаврской работы является рассмотрение общих вопросов разработки средств индивидуализации юридического лица, их использования и обеспечения их защиты.

Для достижения заданной цели в настоящей бакалаврской работе будут рассмотрены следующие задачи:

- определение основных понятий средств индивидуализации юридического лица;
- выявление основной специфики различных средств индивидуализации юридического лица;
- определение порядка регистрации, использования и прекращения прав на средства индивидуализации;
- рассмотрение видов правовой защиты средств индивидуализации юридического лица.

Объектом исследования данной бакалаврской работы является системное рассмотрение общественных отношений, связанных с использованием и защитой средств индивидуализации юридического лица.

Предметом исследования являются международные и отечественные нормы законодательства, устанавливающие правовой режим функционирования товарных знаков и знаков обслуживания, других средств индивидуализации юридического лица, а также практические подходы отечественных ученых к указанным объектам и правам на них.

Нормативно-правовую базу исследования составили Конституция Российской Федерации [13], Гражданский кодекс Российской Федерации [6], другие нормативно-правовые акты Российской Федерации, а также международные соглашения в отношении средств индивидуализации объектов предпринимательской деятельности.

В процессе написания настоящей бакалаврской работы в качестве теоретической основы были использованы труды таких авторов, как Г.Ф. Шершеневич, О.С. Иоффе, Е.Г. Афанасьева, С.Н. Белова, В.О. Калятин, С.П. Гришаев, Т.Ю. Погребинская, А.В. Рагулина, В.Н. Синюкова, С.А. Судариков и ряд других.

В качестве методологической основы проведенного исследования использован диалектический подход и основанные на нем общенаучные методы, широко применяемые в праве: системный и структурный анализ, сравнение, обобщение.

Структурно работа состоит из введения, трех глав, объединяющих восемь параграфов, и заключения, списка используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Общая характеристика средств индивидуализации юридического лица

1.1 Понятие средств индивидуализации

Возникновение в обществе потребности в индивидуализации возникла в глубокой древности, когда стали различаться места проживания людей, их имена, события, происходящие в древнем обществе.

Индивидуализация любого объекта осуществляется путем использования специальных знаков и наименований, признаваемых как «средство индивидуализации».

Принято считать, что первыми средствами индивидуализации в человеческой цивилизации были имя человека, а также наименование географического места, откуда человек был родом.

Впоследствии, при образовании различных артелей и совместных сообществ для ведения хозяйственной деятельности, личные имена членов таких сообществ переносились на данные образования и получали свою отдельную индивидуализацию.

С развитием экономических правоотношений, количество средств индивидуализации и их видов существенно возросло. Так появились средства индивидуализации товаров, на которых производители стали указывать свое имя, проставляя специальное клеймо. Клеймо ставилось на ткани, предметы обихода, домашних животных.

До нашей эры древние строители ставили на возводимые ими здания и сооружения специальный знак, указывающий на то, какая именно артель возвела данный объект.

В настоящее время место специального клейма ремесленников и артелей заняли товарные знаки, представляющие собой обозначения, наносимые на сам товар или его упаковку, позволяющие идентифицировать производителя.

Другим средством идентификации юридического лица в настоящее время служат фирменные наименования юридических лиц, идентификационный номер налогоплательщика, позволяющий налоговым органам осуществлять точное выделение каждого налогоплательщика, а также основной государственный номер юридического лица, являющийся порядковым номером записи в государственном реестре юридических лиц. Существуют также такие средства индивидуализации, как доменные номера, местонахождение юридического лица и другие.

Проведем определение понятий «индивидуализация» и «средства индивидуализации» и выясним, в чем кроется принципиальное различие между ними.

Согласно современному словарю русского языка, глагол «индивидуализировать» имеет значение «придавать кому-либо или чему-либо, выявлять у кого-либо или у чего-либо характерные, индивидуальные черты, признаки» [34, с.115]. Таким образом, индивидуализация заключается в обособлении отдельного объекта от других по каким либо идентифицирующим признакам. При этом, как следует из определения, это может проявляться в двух видах, или необходимо найти у некоего объекта отличающие его признаки, либо придать этому объекту такие признаки.

Например, для юридического лица присвоение ему государственного номера является приданием ему идентифицирующего признака, а описание места нахождения юридического лица или вида деятельности, которые данное лицо осуществляет, идентифицирует его непосредственно, выделяя из других аналогичных организаций.

Таким образом, в широком смысле, индивидуализация – выделение каких-либо признаков, характеризующих данный объект среди аналогичных, либо придание этому объекту таких признаков, которые выделяют его из этой совокупности.

В гражданском праве, как правило, используется более узкое понятие индивидуализации, а именно – индивидуализация самого юридического

лица, либо результатов его экономической деятельности, которая позволяет его выделить среди других субъектов гражданских правоотношений [31, с.8].

Индивидуализация производится при помощи выделения или придания объекту специальных признаков, называемых средствами индивидуализации. Таким образом, средствами индивидуализации является те знаки, которые придают указанному объекту признак, выделяющий его из множества других.

1.2 Классификация средств индивидуализации

В данном параграфе рассмотрим те основные виды классификации, которые в настоящее время используются отечественными учеными и которые дают полный спектр средств индивидуализации юридического лица.

В первую очередь средства индивидуализации юридических лиц делятся в зависимости от сферы применения на используемые в предпринимательской деятельности и неиспользуемые в данной деятельности. Коммерческие организации, занимающиеся предпринимательской деятельностью, имеют фирменное наименование, товарные знаки и другие средства индивидуализации, а некоммерческие организации имеют только название некоммерческой организации. Очевидно, что разница между этими группами заключается в том, имеют ли средства индивидуализации коммерческую ценность и могут ли они быть вовлечены в коммерческий оборот. Во втором случае на первый план выходит только идентификация, носящая некоммерческий характер [9, с.46].

В свою очередь средства индивидуализации, носящие коммерческий характер, согласно В.В. Орловой, подразделяются на легальные, которые предусмотрены действующим законодательством, и фактические, которыми организация обладает, и которые отвечают всем признакам средств индивидуализации, однако действующим законодательством по различным причинам не предусмотрены [21, с. 23-25].

Следует также рассмотреть такой признак средства индивидуализации, как подлежащие регистрации средства индивидуализации и не подлежащие регистрации средства индивидуализации. К первым относятся товарные знаки и знаки обслуживания, доменное имя, фирменное наименование юридического лица. С правовой точки зрения, право на использование регистрируемых средства индивидуализации возникает с момента их внесения в специальный реестр. При этом для нерегистрируемых средств индивидуализации их использование не зависит от их регистрации. Примером нерегистрируемых средств индивидуализации является коммерческое обозначение, которое, в соответствии со ст. 1538 Гражданского кодекса РФ [6], не подлежит включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

Наиболее известной и важной с точки зрения гражданского законодательства является классификация средства индивидуализации по признаку регулируемости законодательством или отсутствия такого регулирования.

К средствам индивидуализации, которые регулируются действующим законодательством РФ, относятся:

- фирменное наименование юридического лица (статья 1473 Гражданского кодекса РФ);
- право на товарный знак и знак обслуживания (статья 1477 Гражданского кодекса РФ);
- право на географическое указание и наименование места происхождения товара (статья 1516 Гражданского кодекса РФ);
- право на коммерческое обозначение (статья 1538 Гражданского кодекса РФ).

Как наиболее важные, рассмотрим регулируемые средства индивидуализации юридического лица более подробно.

Под фирменным наименованием юридического лица понимается наименование такого лица, под которым они вносятся в единый

государственный реестр юридических лиц, и которые отражаются в его учредительных документах. Под этим наименованием они выступают в гражданском обороте.

Товарные знаки и знаки обслуживания являются наиболее важными, с точки зрения гражданского права, средствами индивидуализации юридического лица. Справедливости ради необходимо сказать, что данный объект может отсутствовать у юридического лица, что, однако, не препятствует ему осуществлять свою хозяйственную деятельность. Товарные знаки и знаки обслуживания – это обозначения, которые идентифицируют принадлежность определенных товаров, работ, услуг данному субъекту хозяйствования и отличают их от товаров, работ, услуг, производимых и выполняемых другими организациями.

Право на географическое указание и наименование места происхождения товара индивидуализирует товары, вводимые в хозяйственный оборот юридическим лицом, указывая на их происхождение на территории определенного географического субъекта. При этом товар, имеющий определенное наименование места происхождения, должен иметь специфические свойства, которые наделяются уникальными природными или людскими факторами. Для наименования места происхождения товара установлены жесткие правила, согласно которым все стадии производства данного товара должны быть соотнесены с определенной местностью. Для географического наименования применяются менее строгие правила, в данном случае товару не обязательно иметь особые свойства, достаточно, чтобы они были в значительной степени связаны с географическим происхождением, а также, чтобы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на него, осуществлялась на территории данного географического объекта.

Коммерческие обозначения используются для индивидуализации предприятий и иных объектов хозяйствования, принадлежащих юридическим лицам, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

К средствам индивидуализации, нерегулируемых действующим законодательством, относятся те, которые, не смотря на то, что они идентифицируют юридическое лицо, не имеют специальных норм права, которые позволяли бы им иметь правовую защиту.

Наиболее ярким примером нерегистрируемого средства индивидуализации является доменное имя, используемое в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Согласно пункту 15 статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [40] доменное имя представляет собой обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети информационно-телекоммуникационной «Интернет».

Примерами доменных имен являются yandex.ru, google.com, kremlin.ru и др.

Следует отметить, что специфика данного средства индивидуализации заключается в том, что одновременное существование в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» двух полностью идентичных доменных имен в принципе невозможно [41, с.12].

В настоящее время в отечественной цивилистике отсутствует единый подход к необходимости нормативного упорядочения использования доменного имени. Ряд ученых, к которым в первую очередь относятся В.О. Калятин, А.Г. Серго, считают, что предоставление доменному имени такой специальной правовой охраны, как средства индивидуализации, крайне необходимо [11, с.112-114].

Однако, другие ученые, ярким представителем которых является профессор С.А. Судариков, считают, что специального регулирования доменному имени не требуется, поскольку оно достаточно защищено техническими средствами [37, с.214].

По нашему мнению, законодателю в самое ближайшее время необходимо провести работу по надлежащей нормативной регламентации процессов использования, оборота и защиты доменного имени как средства индивидуализации юридического лица.

Обоснованием такого подхода является тот факт, что в настоящее время идет бурное развитие информационного общества, как в мире в целом, так и в России, в частности [7]. Это неизбежно приведет к необходимости упорядочения развивающихся гражданско-правовых отношений по вопросам использования доменных имен. И чем раньше это будет сделано, тем лучше. Кроме того, технические средства защиты доменных имен, которые в настоящее время кажутся незыблемыми, в самое ближайшее время могут быть или взломаны, или изменены, что поставит под удар коммерческие интересы многих субъектов предпринимательской деятельности в нашей стране. Не исключается и тот факт, что глобализация информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в настоящее время прекратит свое существование, и на смену ему придут региональные сегменты, связь между данными сегментами будет осуществляться путем специальных шлюзов. Данный вариант ярко свидетельствует о том, что техническая защита доменных имен в каждом конкретном сегменте может быть нарушена, и встанет вопрос о судебной защите средств индивидуализации юридических лиц.

1.3 Особенности интеллектуальных прав на средства индивидуализации

Основной особенностью средств индивидуализации является тот факт, что они имеют абсолютный характер, что определяется их действием в отношении неограниченного круга лиц, а также то, что они имеют исключительный характер, предоставляя правообладателю легальную монополию на их использование в определенной сфере деятельности [3, с.8].

Как было указано ранее, к основным видам традиционных средств индивидуализации юридического лица относят фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания, коммерческие обозначения, наименование места происхождения товара и географическое указание. Несмотря на то, что все пять видов средств индивидуализации имеют существенные различия, можно выделить основные общие признаки, обеспечивающие их правовую охрану:

- различительная способность. Средство индивидуализации должно обладать ясным и точным отличием от аналогов, позволяющим их однозначную идентификацию;
- приоритет по сроку образования (регистрации). Другими словами, более старшие средства индивидуализации имеют приоритет перед теми, которые зарегистрированы или образованы позже. Исключением является географические указания и наименование места происхождения товара, для которых приоритет не имеет юридического значения;
- правдивость. Средства индивидуализации не должно вводить в заблуждение пользователей товаров, работ, услуг, а также вызывать ассоциации до степени смешения с другими средствами индивидуализации;
- территориальность. Право на исключительность всегда имеет границы на определенной территории, на которую распространяется механизм правовой защиты;
- определенный вид деятельности. Право на средства индивидуализации привязано к определенному виду деятельности, и на другие виды деятельности оно не распространяется. Таким образом, параллельно по разным видам деятельности, для разных товаров могут существовать абсолютно аналогичные средства индивидуализации;

- возможность применения правовой охраны бессрочно. В случае наличия срочности защиты права на средства индивидуализации (например, для товарных знаков и знаков обслуживания), оно может быть продлено неограниченное число раз.

Особенности средств индивидуализации юридического лица определяются источниками правового регулирования гражданских правоотношений. В настоящее время существует несколько групп таких источников. По нашему мнению, к таким группам следует отнести глобальные международные источники права, региональные международные источники права, национальное законодательство РФ.

Рассмотрим каждую из групп подробнее.

К глобальным международным источникам средств индивидуализации юридического лица относятся:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. [22];
- Конвенция, учреждающая ВОИС (Стокгольм, 14 июля 1967 г.) [12];
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. и Протокол к нему от 28 июня 1989 г. [14];
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15 июня 1957 г. [35];
- Договор о законах по товарным знакам (Женева, 27 октября 1994 г.);
- Сингапурский договор о товарных знаках от 27.03.2006 [33];
- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) (Марракеш, 15 апреля 1994 г.) [36].

Региональные международные источники, которые распространяют свое действие в РФ, являются в основном соглашениями в рамках Евразийского экономического союза. К ним относят:

- Протокол об охране и защите прав на объекты интеллектуальной собственности (Приложение N 26 к Договору о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.);

- Договор о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров Евразийского экономического союза (Москва, 3 февраля 2020 г.);
- Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11 апреля 2017 г.).

Национальными источниками правового регулирования в отношении средств индивидуализации юридического лица являются:

- Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ;
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ;
- Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ;
- Федеральный закон от 8 августа 2001 г. N 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»;
- Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе».

Следует отметить, что в национальную систему регулирования также входят постановления Правительства РФ, приказы Роспатента, административные регламенты, утверждаемые Министерствами РФ.

Учитывая всю сложность и неоднозначность ряда положений законодательства РФ, в ряде случаев источниками права следует признать также судебную практику, особенно формируемую высшими судами РФ – Конституционным судом РФ и Верховным судом РФ.

В заключение рассмотрим, какими способами могут выражаться средства индивидуализации юридического лица, регулируемые законодательными нормами РФ.

Для фирменного наименования способ выражения может быть только в словесной форме. При этом, в соответствии с законодательством РФ, оно должно состоять из двух частей: указания на организационно-правовую форму и собственно наименование в произвольной форме.

Наименование в произвольной форме может включать буквы, цифры, символы, имеющие смысловую нагрузку и не имеющую таковых.

Наименование места происхождения товара должно быть выражено в словесной форме и включать наименование географического объекта или производную от него.

Географическое указание может включать в себя или словесное обозначение территории географического объекта, или графическое изображение, идентифицируемое однозначным образом.

Коммерческое обозначение обычно выражается в словесной форме, но может иметь также изобразительные элементы, а также иные объективные формы (цветовые, объемные и звуковые).

Самое большое количество форм выражения у товарных знаков и знаков обслуживания. Для них характерно как словесная форма, так и графическая, а также их смешение и комбинирование.

Выводы:

В первой главе бакалаврской работы подробно рассмотрено понятие средств индивидуализации юридического лица, их возникновение в исторической перспективе и последовательная эволюция. Заслуживает внимания подробное рассмотрение видов классификации средств индивидуализации во втором параграфе бакалаврской работы, а также подробное описание регулируемых и нерегулируемых их видов.

В последней части первой главы автор остановился на подробном рассмотрении особенностей средств индивидуализации, видах источников их правового регулирования и способах выражения.

Глава 2 Осуществление прав на средства индивидуализации юридического лица

2.1 Возникновение прав на средства индивидуализации

Рассмотрим подробно возникновение прав на средства индивидуализации, которым законодательство РФ предоставляет механизм правовой защиты.

Очевидно, что моментом возникновения прав на те или иные средства индивидуализации является момент формирования определенного юридического факта, после которого считается, что юридическое лицо приобретает соответствующее монопольное право.

Для фирменного наименования таким фактом, без сомнения, является государственная регистрация коммерческого юридического лица под соответствующим наименованием.

Право на коммерческое обозначение не требует регистрации, в связи с чем право на него у юридического лица возникает с момента приобретения известности среди потребителей на определенной территории в связи с таким использованием.

Право на товарный знак и знак обслуживания возникает с момента государственной регистрации такого знака в Роспатенте. Это самый распространенный вид средства индивидуализации, и при его регистрации есть определенная специфика, поэтому рассмотрим его подробнее.

Процедура регистрации товарного знака состоит из нескольких этапов: подача заявки на регистрацию с прилагаемыми документами, экспертиза заявки специалистами Роспатента, которая включает формальную экспертизу (наличие и правильность заполнения представленных документов) и экспертизу по существу самого обозначения, принятие решения по результатам экспертизы, внесение обозначения в соответствующий государственный реестр, выдачу охранного свидетельства правообладателю.

Сведения о принятых заявках подлежат публикации в официальном бюллетене Роспатента. Это необходимо, чтобы любое заинтересованное лицо могло представить в Роспатент свои возражения относительно принятия положительного заключения по поданной заявке.

Правовой охране может подлежать товарный знак только после факта его регистрации и получения правообладателем соответствующего свидетельства.

Государственной регистрации подлежит географическое указание и наименование места происхождения товара. Особенностью регистрации в данном случае является не только необходимость подачи соответствующей заявки, но и наличие факта производства товаров на определенной территории. Причем эти товары должны обладать особыми свойствами для регистрации наименования места происхождения товара или качеством, репутацией, или иными характеристиками для географического указания [42, с.346].

Различается первоначальная регистрация наименования места происхождения товара или географического указания и присоединение к ней. К заявке на регистрацию наименования места происхождения товара требуется приложить заключение уполномоченного государственного органа о том, что юридическое лицо (заявитель) производит на данной территории товар, который обладает специальными характеристиками для данной местности или географического объекта, и заявляемый товар им соответствует.

После первоначальной регистрации наименования места происхождения товара или географического указания к ней могут присоединиться и другие производители, производящие аналогичный товар на данной территории.

Необходимо отметить, что для общеизвестных товарных знаков имеются особенности предоставления правовой охраны. Если заявителю удастся доказать, что его обозначение в отношении производимых товаров в

результате интенсивного использования на территории РФ стало широко известно, то данному обозначению может быть предоставлена охрана путем включения в перечень общеизвестных товарных знаков в Российской Федерации. Причем, в случае такого включения, права на данный товарный знак действуют бессрочно (до момента исключения из данного реестра), а также ему может быть предоставлена ретроспективная охрана, начиная с того момента, когда данное обозначение стало общеизвестным на территории Российской Федерации. Также общеизвестный товарный знак или знак обслуживания может получить охрану не только по классам товаров, по которым он стал общеизвестным, но и по другим классам товаров, даже если правообладатель эти товары не производит [24].

Доказательствами, подтверждающими общеизвестность товарного знака, могут быть сведения:

- об интенсивном использовании товарного знака или обозначения (например, перечень населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака или обозначения);
- об объеме реализации этих товаров; о способах использования товарного знака или обозначения;
- о среднегодовом количестве потребителей товара; о положении изготовителя на рынке в соответствующем секторе экономики;
- о странах, в которых товарный знак или обозначение приобрели широкую известность;
- о произведенных затратах на рекламу товарного знака или обозначения (например, годовые финансовые отчеты);
- о стоимости (ценности) товарного знака в соответствии с данными, содержащимися в годовых финансовых отчетах;
- о результатах опроса потребителей товаров по вопросу общеизвестности товарного знака или обозначения, проведенного специализированной независимой организацией [1].

Представляется заслуживающим рассмотрения в рамках настоящего исследования международная защита общеизвестных товарных знаков, которая закреплена в статье 6-bis Парижской конвенции [22], к которой присоединилась и Российская Федерация:

- компетентные органы стран-участниц могут признавать товарные знаки широко известными;
- страны-участницы должны давать правообладателям таких знаков защиту от регистрации или применения другими лицами;
- такая защита может иметь форму отказа в регистрации или аннулирования уже зарегистрированных товарных знаков.

Правовая охрана товарных знаков и наименований места происхождения товара является территориальной. Для того, чтобы режим правовой охраны действовал на территории других стран, надо регистрировать соответствующие обозначения в патентных ведомствах этих стран или привести в действие механизм международной регистрации, предусмотренный Мадридским соглашением о международной регистрации знаков [14]. При регистрации международного товарного знака согласно данного соглашения заявка подается через патентное ведомство РФ в международное бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности.

После регистрации международного товарного знака право на товарный знак автоматически не действует на территории стран участниц соглашения, однако после такой регистрации можно на территории конкретной страны-участницы соглашения добиваться режима охраны товарного знака [15, с.471].

Получение информации о зарегистрированных товарных знаках и знаках обслуживания в Российской Федерации возможно на сайте Роспатента в сети «Интернет». Роспатент ведет специальный государственный реестр, в котором находится также информация о зарегистрированных наименованиях

мест происхождения товара и географических указаний, а также перечень общеизвестных в Российской Федерации товарных знаков.

Необходимо отметить, что все товарные знаки и знаки обслуживания, а также наименование места происхождения товара регистрируются по специальным классам товаров (услуг). Они обозначаются в соответствии с Международной классификацией товаров и услуг для регистрации знаков (МКТУ), принятой союзом, образованным Ниццким соглашением от 15 июня 1957 г. [35].

Если товарный знак зарегистрирован по одному классу, он может быть зарегистрирован другим правообладателем по другому классу. Каждый из правообладателей может использовать один и тот же товарный знак в отношении товаров по своему классу.

Все действия по регистрации товарных знаков и знаков обслуживания, наименований места происхождения товара, географических указаний, а также продления сроков их действия оплачиваются государственными пошлинами. Причем размер пошлины зависит от того, в отношении какого количества классов производятся регистрационные действия.

При регистрации средств индивидуализации юридического лица необходимо учитывать, что основным условием охраноспособности является их различительная способность. Другими словами, любое средство индивидуализации должно иметь возможность отделения одних от других [16, с.275-276]. Фирменное наименование не может указывать только на род деятельности юридического лица, так как данный подход прямо противоречит пункту 2 статьи 1473 Гражданского кодекса РФ.

Для товарных знаков, помимо различительной способности, необходимо отсутствие элементов, прямо указанных в пункте 1 статьи 1483 Гражданского кодекса РФ: вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида, являющихся общепринятыми символами и терминами, характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение,

ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта, представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров.

При этом есть исключения, указанные в пункте 1.1 данной статьи. Согласно ей, может не применяться пункт 1 статьи 1483 Гражданского кодекса РФ в случае, если товарные знаки приобрели различительную способность в процессе использования или состоят из элементов, указанных в пункте 1 статьи 1483 Гражданского кодекса РФ, но их комбинация приводит к установлению различительной способности.

Коммерческие обозначения также должны иметь различительную способность, указывать не только на вид деятельности предприятия, но и иметь какой-то особенный идентифицирующий признак (Гастроном «Искра», Аптека «Чародей» и так далее).

Как правило, наименование места происхождения товара и географическое указание уже сами по себе содержат различительную способность.

При возникновении права на средства индивидуализации дискуссионным является вопрос – возможно ли совместное владение несколькими правообладателями правами на них. Рассмотрим данный вопрос подробно.

Согласно пункту 2 статьи 1229 Гражданского кодекса РФ исключительное право на средство индивидуализации (кроме исключительного права на фирменное наименование) может принадлежать одному лицу или нескольким лицам совместно.

Очевидно, что ввиду прямого запрета, право на фирменное наименование не может принадлежать нескольким лицам совместно, что и понятно, так как оно призвано индивидуализировать юридическое лицо и поэтому не может принадлежать совместно нескольким правообладателям [5, с.110].

Таким образом, коммерческому обозначению, товарному знаку наименованию места происхождения товара и географическому обозначению закон разрешает возможность принадлежать нескольким лицам.

Коммерческое обозначение, ввиду отсутствия процедуры регистрации, может принадлежать нескольким лицам только в том случае, если они владеют этим предприятием совместно, поскольку в ином случае трудно предположить иной механизм такого владения.

Для наименования места происхождения товара и географического указания институт совладения не имеет особого коммерческого смысла. Любое лицо, выпускающее аналогичные товары в данной местности, которые обладают определенными отличительными признаками, может также получить соответствующие регистрационные документы.

Поэтому рассмотрим институт совладения относительно только товарного знака и знака обслуживания.

Важность данного института представляется как нельзя актуальной на современном этапе по следующим основаниям: во-первых, в настоящее время в предпринимательском сообществе все большее значение приобретают различные объединения организаций (холдинги, промышленные группы, консорциумы), которые зачастую используют совместно одни и те же средства индивидуализации. Во-вторых, установленная в настоящее время система коллективных товарных знаков не прижилась в связи с тем, что коллективные товарные знаки ограничены в обороте (не могут быть отчуждены и не могут быть использованы по лизинговому договору согласно пункту 2 статьи 1510 Гражданского кодекса РФ). В-третьих, данный институт совместного владения широко применяется в международной системе регистрации и использовании товарных знаков и иностранные компании этим широко пользуются в рамках Мадридской системы международной регистрации товарных знаков [14].

Из анализа действующего законодательства РФ следует, что нормы законодательства РФ не определяют основания возникновения совместной

принадлежности исключительного права на товарный знак. Пункт 1 статьи 1492 Гражданского кодекса РФ не предусматривает права двух или более лиц на подачу общей заявки на регистрацию товарного знака. Аналогичным образом нормативно не решен вопрос о возможности возникновения совладения правом на часть товарного знака на основании сделки по отчуждению его правообладателем. Соответственно административные и судебные органы зачастую отказывают правообладателям в признании соответствующих прав. Примером может служить судебный спор правообладателей с Федеральной службой по интеллектуальной собственности, которая отказала в регистрации прав на товарный знак двум заявителям. В судах позиция заявителей также поддержана не была, а кассационная инстанция сделала вывод, что передача исключительных прав на товарный знак более чем одному лицу противоречит существу товарного знака и может вводить потребителя в заблуждение относительно товара (услуги) или лица, производящего товары (оказывающего услуги) [30].

Таким образом, считаю необходимым внести в Гражданский кодекс РФ специальные положения, прямо устанавливающие возможность регистрации, пользования и распоряжения правами на товарный знак несколькими лицами совместно.

Нельзя не отметить, что в настоящее время пробел в законодательстве РФ по данному вопросу был предметом рассмотрения Верховным судом РФ [27], который предложил рассматривать институт совместного владения товарным знаком, предусмотренный пунктом 2 статьи 1229 Гражданского кодекса РФ с точки зрения совместной собственности. Однако представляется, что данный подход серьезно ограничивает возможности использования товарного знака правообладателями по сравнению с возможностями, предоставленными международным законодательством.

2.2 Использование объектов средств индивидуализации

При использовании объектов средств индивидуализации юридического лица перечень прав, принадлежащих правообладателю, различается в зависимости от того, к какому виду относится то или иное средство индивидуализации.

Самым небольшим объемом прав обладает географическое указание и наименование места происхождения товара, поскольку в случае его регистрации к нему может присоединиться любое юридическое лицо, выпускающее аналогичные товары с установленными свойствами.

В отношении всех средств индивидуализации юридического лица у правообладателей есть полномочия по их использованию в собственной хозяйственной деятельности и защите своих прав. Однако только в отношении товарных знаков и знаков обслуживания и отчасти коммерческого наименования возникает право распоряжения ими.

Примечательно, что в отношении всех средств индивидуализации (за исключением географического указания и наименования места происхождения товара) у правообладателя есть не только право использования, но и прямо установленная законодательством обязанность в таком использовании. В частности, при длительном неиспользовании коммерческого обозначения или товарного знака права на них могут быть принудительно прекращены. Длительное неиспользование фирменного наименования (неосуществления хозяйственной деятельности) может послужить основанием для ликвидации юридического лица как недействующего (статья 21.1 Федерального закона от 8 августа 2001 г. N 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [39]).

Законодательство РФ содержит подробный перечень способов использования средств индивидуализации, что, однако, не исключает

наличия и других способов, поскольку правообладатель средства индивидуализации является обладателем исключительного права на него.

В частности, использование фирменного наименования, расшифрованное в статье 1474 Гражданского кодекса РФ, возможно путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Аналогичный перечень приведен в статье 1539 Гражданского кодекса РФ относительно коммерческого наименования.

Согласно пункту 2 статьи 1484 Гражданского кодекса РФ исключительное право на товарный знак может быть осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности, путем размещения товарного знака:

- на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;
- при выполнении работ, оказании услуг;
- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- в сети «Интернет», в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Аналогичным образом сформирован перечень способов использования для географических указаний и наименования места происхождения товара, согласно пункту 2 статьи 1519 Гражданского кодекса РФ.

Интересным представляется вопрос уведомления потребителей и иных третьих лиц о том, что права на средства индивидуализации принадлежат правообладателю:

- для товарных знаков и знаков обслуживания это буква R в окружности или надпись: «Товарный знак», «Зарегистрированный товарный знак»;
- для географического указания «зарегистрированное географическое указание», «с защищенным географическим указанием», «зарегистрированное ГУ» или эмблема, зарегистрированная в Роспатенте;
- для наименования места происхождения товара «зарегистрированное наименование места происхождения товара», «с защищенным наименованием места происхождения товара», «зарегистрированное НМПТ» или эмблема, зарегистрированная в Роспатенте.

Несмотря на то, что права правообладателя велики, все же есть предел их исчерпания. Если товары правомерно введены правообладателем в гражданский оборот, дальнейшее их использование производится без разрешения правообладателя и без выплаты ему вознаграждения.

При этом в данном институте есть три подхода, используемые в национальных юрисдикциях: глобальный, когда ввод в оборот товара в любой стране мира прекращает права на него со стороны правообладателя, региональный, когда ввод в оборот товара в регионе прекращает права на него правообладателя, но только в данном регионе, и национальный, когда правообладателем допускается неограниченный оборот товара, но только на территории данной конкретной страны [10, с.187].

В Российской Федерации до последнего времени действовал национальный подход, в соответствии с которым ввоз товара на территорию РФ допускается только с разрешения правообладателя, в результате чего параллельный импорт (импорт со стороны других поставщиков, не являющихся правообладателями) был фактически запрещен и признавался

нарушением прав на средства индивидуализации, что прямо влекло юридическую ответственность для такого нарушителя.

При этом Конституционный суд РФ еще в 2018 году разъяснил, что действия правообладателя, который препятствует ввозу в Российскую Федерацию конкретных товаров, могут квалифицироваться как злоупотребление исключительным правом на товарный знак, выходящее за разумные пределы защиты правообладателем своего экономического интереса и создающее угрозу публичным интересам, а правовым последствием такой квалификации может быть частичный или полный отказ в защите права. Также, приравнивать параллельный импорт к ввозу поддельных товаров несправедливо, изымать и уничтожать ввозимые в порядке параллельного импорта товары допустимо «лишь в случае установления их ненадлежащего качества и/или для обеспечения безопасности, защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей» [25].

После 24 февраля 2022 года в условиях введения со стороны ведущих стран мира тотальных санкций на ввоз в РФ огромного перечня товаров различных товарных знаков ситуация представляется, будет изменена на прямо противоположную, и в РФ будет установлен глобальный подход: ввоз товара в оборот в любой стране мира будет признаваться правомерным для использования на территории РФ.

В частности, 29.03.2022 постановлением Правительства РФ был легализован параллельный импорт в отношении определенного перечня товаров, устанавливаемого Минпромторгом РФ и отменено применение в отношении таких товаров положения статьи 1487 Гражданского кодекса Российской Федерации [28].

Данный подход представляется более чем правомерным, поскольку национальный подход, используемый ранее, был направлен в первую очередь на учет интересов западных товаропроизводителей, которые получали возможность устанавливать на свои товары в отдельных странах различные

цены, проводя сегментирование мирового рынка. Это, без сомнения, приводило к возможности для правообладателей получать монопольно высокую маржу при реализации своих товаров на территории РФ, завышая розничные цены.

Рассмотрим вопрос распоряжения средствами индивидуализации юридического лица, главным из которых в данном перечне, без сомнения, является товарный знак или знак обслуживания.

Отметим, что в отношении товарных знаков допускается переход прав в порядке универсального (реорганизация) и сингулярного правопреемства. Кроме того, на товарный знак, как объект нематериальных активов юридического лица, может быть наложено взыскание по требованиям кредиторов [23]. Взыскание за счет имущества прав на товарный знак возможно, как в процессе банкротства юридического лица, так и при открытии исполнительного производства службой судебных приставов.

Рассмотрим основные правомочия правообладателя по добровольной реализации права на распоряжение товарным знаком. Такими способами, согласно Российского законодательства, является заключение договора уступки исключительного права на товарный знак, лицензионного договора, договора коммерческой концессии, договора доверительного управления, договора залога товарного знака, договора продажи или аренды предприятия.

В соответствии с Гражданским кодексом РФ все перечисленные выше договора должны быть заключены в простой письменной форме и быть зарегистрированы в Роспатенте. При заключении договоров об отчуждении товарных знаков подлежат применению ограничения и запреты на определенные действия для различных видов юридических лиц. Например, статьей 575 Гражданского кодекса РФ запрещено заключение договора дарения между коммерческими лицами, соответственно между указанными субъектами возможен только возмездный договор. Однако возможен договор дарения товарного знака от коммерческой организации некоммерческой.

Рассмотрим все виды указанных выше договоров более подробно.

Договор уступки исключительного права регулируется статьей 1488 Гражданского кодекса РФ. При этом установлены ограничения на заключения данного договора – его заключение не должно вводить потребителей в заблуждение, что возможно в ряде случаев. Например, когда на сходные товары правообладатель сохраняет право за собой или если фирменное название юридического лица совпадает с товарным знаком, что позволит продолжать указывать на товаре свое фирменное наименование и после перехода прав на товарный знак.

При этом законодательством допускается заключение договора передачи исключительного права на товары одного класса, при этом на товары другого класса право на товарный знак остается у правообладателя.

Существенными условиями договора об отчуждении прав на товарный знак являются предмет договора и размер вознаграждения (порядок его определения). Договор считается заключенным, а право перешедшим к новому правообладателю с момента государственной регистрации договора в Роспатенте.

Наиболее распространенным вариантом распоряжения товарным знаком является лицензионный договор, основные положения которого установлены статьями 1235-1239 Гражданского кодекса РФ с учетом специальных положений относительно товарного знака, установленных статьей 1489 Гражданского кодекса РФ.

«Сторонами лицензионного договора выступают лицензиар – обладатель исключительного права, который предоставляет другой стороне договора право использования охраняемого объекта и лицензиат – сторона, которой предоставляется право использования» [17, с.73].

В настоящее время у правообладателя в отношении передаваемых товарных знаков по лицензионному договору существует возможность заключения двух видов договора: простая (неисключительная лицензия), которая представляет собой вид лицензионного договора, сохраняющая право лицензиара на выдачу аналогичных лицензий другим лицам и

исключительная лицензия, выдав которую лицензиар теряет право на выдачу аналогичных лицензий другим лицам.

При отсутствии в договоре сведений о выдаче исключительной лицензии считается, что по договору выдана простая (неисключительная лицензия).

Существенными условиями лицензионного договора на товарный знак являются предмет договора, размер вознаграждения (порядок его определения), территория использования товарного знака, способы использования товарного знака.

К общим правам и обязанностям лицензиара по лицензионному договору можно отнести:

- предоставление лицензиату права использования товарного знака в установленных договором пределах;
- воздержание от каких-либо действий, способных затруднить использование товарного знака лицензиатом в течение срока действия лицензионного договора;
- требование от лицензиата выплаты обусловленного договором вознаграждения;
- право контролировать соответствие качества производимых или реализуемых лицензиатом товаров, которые снабжаются лицензионными товарными знаками.

Общие права и обязанности лицензиата по договору сводятся к следующим. Во-первых, основным правом лицензиата по лицензионному договору является право использования товарного знака с учетом ограничений, установленных договором. Основные ограничения сводятся к объему передаваемых прав, ограничениям по территории использования и ограничениям по сроку использования.

Ограничение по объему использования предполагает, что объект будет использоваться только теми способами, которые непосредственно указаны в договоре. Ограничение использования по территории может быть

непосредственно указано в договоре. При отсутствии такого условия считается, что товарный знак может быть использован на всей территории РФ. Ограничение по сроку указывается в договоре, но в любом случае срок не может превышать срока права использования, которым обладает сам лицензиар. В случае если срок использования права не указан в договоре, считается, что он заключен на 5 (пять) лет. Во-вторых, статья 1237 Гражданского кодекса РФ возлагает на лицензиата обязанность представлять лицензиару отчеты об использовании товарного знака.

При этом установлено, что данные положения действуют постольку, поскольку иное не предусмотрено Гражданским кодексом РФ, а также лицензионным договором. Если в лицензионном договоре, предусматривающем представление отчетов, отсутствуют условия о сроке и порядке их представления, то лицензиат обязан представлять такие отчеты лицензиару только по его требованию. В-третьих, Гражданским кодексом РФ предусмотрена обязанность лицензиата – уплачивать вознаграждение лицензиару за предоставление прав на использование товарного знака в порядке и сроки, установленные в договоре.

Предоставление права использования товарного знака в составе комплекса исключительных прав возможно по договору коммерческой концессии (франчайзинга). Нормы договора коммерческой концессии предусмотрены в главе 54 Гражданского кодекса РФ. Спецификой договора коммерческой концессии является то, что данный договор могут заключать только коммерческие юридические лица (правообладатель и пользователь) и, соответственно, данный договор может быть только возмездным.

В данном договоре, в отличие от лицензионного договора, контроль над качеством выпускаемых товаров является прямой обязанностью правообладателя. Кроме того, в отличие от лицензионного договора, пользователь, при добросовестном исполнении договора, получает право на заключение договора коммерческой концессии на новый срок.

Договор доверительного управления товарным знаком может быть заключен правообладателем и доверительным управляющим, однако в практике он распространения не получил. Особенностью данного договора следует признать тот факт, что доверительный управляющий получает за управление определенное вознаграждение, а сам доход от использования товарного знака является выручкой правообладателя.

Договор залога товарного знака заключается по тем же правилам, что и залог других активов юридического лица, в целях обеспечения своих обязательств по иным договорам (займа, кредита, обеспечения других обязательств). Следует отметить, что, передав в залог товарный знак, правообладатель может использовать его в прежнем объеме без разрешения залогодержателя, за исключением права на отчуждение товарного знака.

При заключении договора продажи предприятия как имущественного комплекса или аренды предприятия, права на товарный знак переходят к покупателю (арендатору) в полном объеме, что указывается в передаточном акте, являющимся неотъемлемой частью договора продажи (аренды) предприятия.

2.3 Прекращение прав на средства индивидуализации

Прекращение прав на средства индивидуализации юридического лица зависит от того, на какое средство индивидуализации права прекращаются.

Фирменное наименование прекращает свое действие с момента ликвидации юридического лица либо изменения его фирменного наименования. Если организация действует в условиях постоянного продолжения деятельности, то право на фирменное наименование действует бессрочно. Такой же срок использования имеет право на коммерческое обозначение. Оно действует бессрочно до момента прекращения деятельности предприятия в данной местности.

Права на товарный знак и знак обслуживания, а также наименование места происхождения товара и географическое указание действуют в течение 10 лет с момента получения приоритета на указанные средства индивидуализации. Количество продлений данного срока законодательством РФ не ограничено. При этом для международных и общеизвестных товарных знаков срок прав неограничен с момента их регистрации или внесения в специальный реестр. Они действуют бессрочно.

Возможно досрочное прекращение права на средства индивидуализации юридического лица.

Право на коммерческое обозначение прекращается досрочно при его неиспользовании в течение года, а для товарных знаков аналогичное правило установлено при неиспользовании товарного знака в течение трех лет. К сожалению, нормативно-правовыми актами данный вопрос не урегулирован в должной степени. В связи с этим Верховный суд РФ в 2019 году вынужден был специально оговорить данный вопрос в пункте 178 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. N 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [27]. Согласно сделанному разъяснению, бремя доказывания использования коммерческого обозначения лежит на правообладателе, при этом в случае его годичного неиспользования права на него прекращают свое действие автоматически.

В отличие от права на коммерческое обозначение, право на товарный знак может быть прекращено только по решению суда, по иску заинтересованного лица.

Институт досрочного прекращения права на товарный знак в связи с его длительным неиспользованием применяется не только в отечественной практике, но и в международной. Так, в статье 5 Парижской конвенции по охране промышленной собственности установлено, что «если в стране использование зарегистрированного знака является обязательным, регистрация может быть аннулирована лишь по истечении справедливого

срока и только тогда, когда заинтересованное лицо не представит доказательств, оправдывающих причины его бездействия» [22]. При этом согласно статье 19 Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) от 15.04.1994 [36] непрерывный срок неиспользования не может превышать трех лет.

В Российском законодательстве установлен именно срок в три года.

В настоящее время пунктом 1 статьи 1486 Гражданского кодекса РФ установлен специальный механизм досрочного прекращения прав на неиспользуемый товарный знак. Для этого, прежде чем подать соответствующий иск, заинтересованное лицо должно направить претензию правообладателю с предложением либо добровольно отказаться от использования товарного знака, либо заключить с заинтересованным лицом лицензионный договор. Данное предложение должно быть рассмотрено правообладателем в течение 2-х месяцев и только после отказа, либо отсутствия ответа заинтересованное лицо может обратиться в суд с соответствующим иском.

В настоящее время неурегулированной представляется ситуация, когда в процессе течения срока рассмотрения данной претензии правообладатель получает от иных лиц аналогичные претензии с такими же предложениями. Возникает вопрос: действует ли в этом случае преимущественное право на приобретение товарного знака лицом, подавшим претензию первым?

Ряд отечественных цивилистов считают, что преимущественное право для заинтересованного лица не действует и правообладатель имеет право воспользоваться предложением любого из лиц, приславших претензию [32, с. 53-57]. Очевидно, что в этом случае остальные лица, выславшие претензию, лишаются права на обращение в суд с заявлением о досрочном прекращении прав на товарный знак.

По нашему мнению, данный пробел в законодательстве может приводить к злоупотреблениям со стороны правообладателя, поскольку очевидно, что после получения претензии, он может организовать получение

аналогичной претензии от аффилированной организации. Это не позволяет решить вопрос с досрочным прекращением прав на неиспользуемый товарный знак, и может приводить к затруднению предпринимательской деятельности в отдельных отраслях. Кроме того, это позволит заявителям регистрировать товарные знаки по классам, по которым они не собираются производить выпуск товаров.

Представляется необходимым внести дополнение в пункт 1 статьи 1486 Гражданского кодекса РФ в следующей редакции: «В случае если правообладателю направлены предложения от нескольких заинтересованных лиц, правообладатель рассматривает их в порядке получения. При этом течение срока для предложений, поступивших позднее, начинается с момента окончания срока действия предыдущего предложения заинтересованного лица, о чем правообладатель информирует соответствующее заинтересованное лицо письменно».

Неиспользование товарного знака более трех лет может быть исправлено правообладателем в случае начала его использования, но произойти это должно до момента направления предложения, указанного выше правообладателю заинтересованным лицом.

В настоящее время нормативно неурегулированным является также вопрос, любое ли лицо может быть заинтересованным лицом, имеющим право на обращение к правообладателю с предложением об отказе от зарегистрированного на его имя товарного знака?

Данный вопрос нашел свое решение в судебных разъяснениях. Так, в пункте 165 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. N 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [27] указано, что под заинтересованным лицом понимается лицо, намеревающееся использовать в отношении однородных товаров тождественное или сходное до степени смешения со спорным товарным знаком обозначение. А в пункте 40 Обзора судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав,

(утвержденной Президиумом Верховного суда РФ 23 сентября 2015 г.) [19] судьи разъяснили, что при этом самого по себе факта подачи предположительно заинтересованным лицом заявки на регистрацию спорного обозначения и получения отказа недостаточно – важно, чтобы заявитель доказал, что он занимается деятельностью, аналогичной деятельности правообладателя, и имеет реальное намерение использования спорного обозначения для индивидуализации своих товаров.

Интересен также вопрос, что понимается под использованием товарного знака. К сожалению, и данный вопрос нашел свое решение только в судебной практике.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1486 Гражданского кодекса РФ бремя доказывания использования товарного знака лежит на правообладателе. При этом Верховный суд РФ подчеркнул, что данное использование должно быть реальным, а не мнимым, и правообладатель должен доказать использование товарного знака в отношении всех групп товаров в отношении которых он зарегистрирован [27].

Для географических указаний и наименования места происхождения товара не установлена возможность принудительного досрочного прекращения прав при их неиспользовании. Однако очевидно, что данный факт может негативным образом повлиять на вопрос продления правообладателем соответствующего права при окончании первоначального срока, на который оно выдавалось.

Рассмотрим дополнительные основания прекращения прав на средства индивидуализации юридического лица.

Одним из таких оснований является успешное оспаривание регистрации товарного знака. Как правило, такое оспаривание возможно в течение всего срока действия права на товарный знак. Однако по ряду оснований такое оспаривание допускается только в течение 5 лет с момента публикации сведений о регистрации товарного знака (подпункт 2 пункту 2 статьи 1512 Гражданского кодекса РФ).

Также правовая охрана товарного знака прекращается в случае, если срок его охраны истек, а продление не было произведено. При этом статьей 1491 Гражданского кодекса РФ предусмотрено, что по ходатайству правообладателя продление срока на очередные 10 лет возможно в течение 6 месяцев с момента окончания срока правовой охраны товарного знака. Аналогичное правило относительно 6-ти месячного срока продления установлено статьей 1531 Гражданского кодекса РФ относительно права на географическое указание и наименование места происхождения товара.

В контексте прекращения права на средства индивидуализации нельзя упомянуть и такой, как ликвидация юридического лица по всем основаниям. Очевидно, что с исчезновением правообладателя все зарегистрированные на его имя права также прекращают свое действие. В отношении географического указания и наименования места происхождения товара возможно прекращение права в связи с исчезновением географического объекта, к которому они привязаны, либо невозможности производить товар со специальными свойствами в связи с каким-либо событием или техногенной катастрофой.

Возможно также прекращение прав на наименование места происхождения товара, если правообладатель прекратил производство в указанном местонахождении, и, соответственно, производимый им товар перестал быть носителем специальных свойств.

Выводы:

Во второй главе бакалаврской работы были подробно рассмотрены основания для возникновения у правообладателя прав на средства индивидуализации юридического лица, порядок и специфика их регистрации. Особый интерес в эпоху глобализации представляет вопрос регистрации международных товарных знаков и возможности использования товарных знаков за пределами Российской Федерации. Так же в бакалаврской работе описаны проблемы совместного владения товарным знаком и сделан

вывод о необходимости внесения в законодательство дополнений, устанавливающих дополнительные правила такого владения.

Наибольший интерес представляет центральная часть бакалаврской работы – использование средства индивидуализации правообладателями как самостоятельно, так и путем предоставления права на их использование третьим лицам. В данной части системно рассмотрены основные вопросы, возникающие при использовании средства индивидуализации, а также проанализированы последние изменения в законодательстве РФ, вызванные беспрецедентным санкционным давлением ведущих стран мира на Россию.

Третий параграф второй главы посвящен окончанию жизненного цикла средств индивидуализации юридического лица – основаниям прекращения прав на них. При этом рассмотрены как обычные, так и специфические основания, которые возникают при использовании отдельных видов средства индивидуализации правообладателями. Особое внимание обращено на те вопросы, которые не охватываются нормативными актами, и в качестве источника права выступают судебные акты высших судебных инстанций.

Рассмотрены также вопросы принудительного прекращения прав на средства индивидуализации юридического лица.

Глава 3 Защита прав на средства индивидуализации юридических лиц и ответственность за их нарушение

3.1 Виды ответственности за нарушение прав на средства индивидуализации

Способы защиты прав на средства индивидуализации в Российском законодательстве подразделяются на превентивные, направленные на предотвращение нарушения прав на средства индивидуализации, и регулятивные, которые применяются, когда право уже нарушено и требуется их восстановление.

К превентивным способам защиты средств индивидуализации относится: включение средства индивидуализации в таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, указание на товарах соответствующей маркировки, применение на товарах специальных знаков, затрудняющих их копирование, введение технических способов защиты товаров от неправомерного использования.

К регуляторным мерам относятся: запреты ответчику совершать какие-либо действия, обязывание ответчика совершить определенные действия, наложение на ответчика обязанности выплаты компенсации и возмещения убытков.

Несмотря на то, что правообладатель обладает всей полнотой прав в отношении средств индивидуализации, из судебной практики можно сделать вывод, что некоторые меры защиты не применимы к данным правоотношениям. Например, нельзя обязать ответчика принести извинения правообладателю за нарушение его прав в отношении средства индивидуализации [27]. Нельзя предъявить иск с требованием изменения названия к юридическому лицу, можно лишь заявить иск о прекращении использования юридическим лицом фирменного наименования, тождественного до степени смешения в аналогичной деятельности с

фирменным наименованием правообладателя. При этом ответчик имеет возможность сам принять решение о смене либо видов деятельности, которые пересекаются с видами деятельности истца, либо о смене фирменного наименования [27].

За нарушение исключительных прав на нарушителя может быть возложена гражданско-правовая, административная и уголовная ответственность.

Основной мерой гражданско-правовой ответственности в Российском законодательстве является возложение на нарушителя обязанности возмещения убытков правообладателю.

Для средств индивидуализации специальные нормы о размере возмещения данных убытков предусмотрены пунктом 4 статьи 1515 Гражданского кодекса РФ (за нарушения прав на товарный знак) и пунктом 2 статьи 1537 Гражданского кодекса РФ (за нарушение прав на наименование места происхождения товара). Согласно указанным нормам данная ответственность установлена в сумме от 10 тысяч рублей до 5 миллионов рублей, в размере двукратной стоимости контрафактных товаров. Для товарных знаков также предусмотрена ответственность в размере двукратной стоимости прав.

В настоящее время Верховным судом РФ определено, что если правообладатель требует присудить ему компенсацию в минимальном размере, ему достаточно доказать только факт нарушения. Если же он настаивает на взыскании компенсации в большем размере, он должен доказать соразмерность суммы компенсации нарушению, совершенному ответчиком [18].

При защите своих прав в ряде случаев истец может просить суд применить астрент, предусмотренный Российским законодательством в статье 308.3 Гражданского кодекса РФ. Например, решение о применении такого штрафа было принято судом в деле об оформлении автозаправочных станций ООО «Петропавловскнефтепродукт» в цветовом решении

международного товарного знака компании Shell. Суд принял решение в пользу истца и обязал последнего уплачивать штраф в размере 10 тысяч рублей ежедневно до исполнения решения суда ответчиком в натуре [19].

При назначении компенсации за нарушение прав правообладателя на средства индивидуализации имеют значение следующие обстоятельства: известность товарного знака или наименования места происхождения товара, характер нарушения, срок незаконного использования, наличие и степень вины нарушителя, вероятные потери правообладателя от нарушения его прав, являлось ли использование чужих средств индивидуализации существенной частью деятельности нарушителя.

Согласно разъяснениям Верховного суда РФ, судам также необходимо при назначении компенсации за нарушение исключительных прав на средства индивидуализации, исходить из принципа разумности и справедливости [27].

Суд при рассмотрении исковых требований не вправе назначить сумму компенсации, большую, чем запрашивает правообладатель, однако имеет право снизить ее размер, если ответчик обоснует несоразмерность заявленным требованиям.

Компенсация взыскивается в твердой сумме за каждый факт нарушения. При этом фактом является каждая сделка, совершенная в один день по одному товару или группе товаров, идентифицируемыми одним средством индивидуализации.

Различные действия одного лица (приобретение, перевозка, хранение, продажа), объединенные одним способом нарушения, должны трактоваться как одно нарушение. Однако, если на товаре находится несколько товарных знаков – нарушение в отношении каждого будет считаться отдельным правонарушением [20]. В отдельных случаях это может приводить к назначению несоразмерных штрафов. Например, изображение нескольких мультипликационных персонажей на детском блокноте может повлечь

наложение кратного штрафа, если каждый из таких персонажей зарегистрирован, как отдельное средство индивидуализации.

Абзац 3 пункта 3 статьи 1252 Гражданского кодекса РФ в этом случае позволяет судебным органам снижать компенсацию ниже низшего предела вплоть до половины суммы минимальных компенсаций, если права на несколько объектов средств индивидуализации принадлежат одному правообладателю и нарушения вызваны одним действием.

При рассмотрении вопросов, связанным с привлечением к ответственности нарушителей прав на средства индивидуализации, нельзя не сказать о позиции Конституционного суда РФ, который отметил, что суд не лишен возможности принять во внимание материальное положение нарушителя, факт совершения им правонарушения впервые, степень разумности и добросовестности, проявленные им при совершении действия, квалифицируемого как правонарушение, и другие обстоятельства и высказал предположение, что в конкретной ситуации при одновременном нарушении одним действием исключительных прав на несколько объектов средств индивидуализации даже такая половинная сумма минимальных компенсаций может оказаться чрезмерной, не соответствующей началам разумности и справедливости. Конституционный суд РФ постановил, что надлежит внести в гражданское законодательство изменения, которые дадут судам возможность снижать размер компенсации за нарушение одним действием прав на несколько объектов интеллектуальной собственности ниже установленных в законе пределов в случае, если суд придет к выводу о явной несоразмерности компенсации (даже когда она исчислена в минимально допустимом размере) характеру совершенного правонарушения [26].

Стоит отметить, что изменения, о которых говорил Конституционный Суд РФ в 2016 году, в Гражданский кодекс РФ до настоящего времени не внесены. Однако этот факт не исключает возможности применения судами в своей практике вышеприведенные толкования норм законодательства.

Верховный суд РФ в развитие позиции Конституционного суда РФ отметил, что для снижения размера компенсации, требуемой правообладателем, необходимы: во-первых, мотивированное заявление ответчика, во-вторых, наличие обстоятельств, указанных Конституционным судом РФ [27].

Вторым способом подсчета компенсации за нарушение прав на средства индивидуализации является ее расчет в размере двукратной стоимости контрафактных товаров. При этом для расчета следует применять цену товаров, которая применяется в хозяйственном обороте самим ответчиком, а не розничную цену на данный товар, так как, по мнению судебных органов, именно эта цена зависит от воли ответчика [27].

Аналогичное правило действует в отношении взыскания компенсации в размере двукратной стоимости услуг при неправомерном использовании знака облуживания, что было подтверждено Президиумом Высшего арбитражного суда РФ [29].

Третий способ подсчета компенсации – в размере двукратной стоимости прав использования средства индивидуализации. Он используется только в отношении товарных знаков, так как наименование места происхождения товара и географическое указание не могут выступать объектом лицензионного договора.

При определении стоимости прав использования товарного знака суды ориентируются на цену, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака тем способом, который использовал нарушитель [27]. Другими словами, речь идет о вознаграждении, которое причиталось бы правообладателю при заключении лицензионного договора на использование спорного товарного знака. Судебная практика пошла по пути того, что если лицензионные договора относительного спорного товарного знака правообладателем не заключались, применять данный способ расчета компенсации он не вправе [27]. В том

числе правообладатель не имеет права при расчете компенсации применять утвержденные им же расценки за использование товарного знака.

Верховный суд РФ определил также, что в случае, если нарушение совершено несколькими лицами совместно, то они несут солидарную ответственность, а если они совершили нарушения последовательно (например, при последовательной перепродаже), то каждый из них несет ответственность самостоятельно.

Согласно пункту 3 статьи 1250 Гражданского кодекса РФ гражданско-правовая ответственность за нарушения исключительных прав возможна и без вины, если нарушение совершено при осуществлении предпринимательской деятельности.

Кроме того, в соответствии с Гражданским кодексом РФ, при нарушении исключительных прав на средства индивидуализации возможны конфискационные санкции в виде изъятия из оборота и уничтожение без всякой компенсации контрафактных товаров, а также орудий труда и оборудования, применяемых при нарушении исключительных прав. Однако конфискации не подлежат товары, на которые средства индивидуализации нанесены правообладателем правомерно и которые впоследствии ввезены в рамках параллельного импорта [27].

Одним из самых жестких последствий гражданско-правовой ответственности, согласно статье 1253 Гражданского кодекса РФ, является принудительная ликвидация юридического лица. Однако такая санкция возможна только при осуществлении юридическим лицом нарушения исключительных прав на средства индивидуализации в грубой форме или неоднократно.

Необходимо отметить, что нарушитель, помимо мер гражданско-правовой ответственности, также в отдельных случаях несет административную и уголовную ответственность.

3.2 Формы защиты прав на средства индивидуализации

Исключительные права на средства индивидуализации юридического лица могут защищаться в различных формах: в административном порядке, в судебном порядке, путем самозащиты, а также путем обращения к альтернативным формам урегулирования споров.

Административный порядок заключается в обращении в компетентные органы с жалобой на действия должностных лиц, нарушающих права, и законные интересы лица, право которого нарушено.

В данном порядке рассматриваются возражения на решения Роспатента о государственной регистрации и об отказе в государственной регистрации товарного знака, наименования места происхождения товара или географического указания.

В административном порядке, например, Федеральная антимонопольная служба РФ может признать действия, связанные с приобретением исключительных прав на средства индивидуализации юридического лица, недобросовестной конкуренцией [4, с.175].

Основной формой защиты при нарушении прав правообладателя является судебный порядок.

Большинство судебных споров при этом рассматриваются арбитражными судами, так как интересы истца, как правило, связаны с предпринимательской деятельностью и возникают между юридическими лицами.

Верховный Суд РФ разъяснил, что споры о средствах индивидуализации разрешаются арбитражными судами независимо от субъектного состава участников дела, кроме споров по поводу наименования места происхождения товара, подсудность которых определяется «исходя из субъектного состава участников спора и характера спорных правоотношений» [27].

С 2013 года в системе российских арбитражных судов появился специализированный суд – Суд по интеллектуальным правам, который в качестве первой инстанции уполномочен рассматривать дела об оспаривании нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти в сфере прав на средства индивидуализации, дела по спорам о предоставлении или прекращении правовой охраны средств индивидуализации.

Согласно статье 43.4 Федерального конституционного закона «Об арбитражных судах в Российской Федерации», Суд по интеллектуальным правам также является кассационной инстанцией по рассмотрению дел о защите прав на средства индивидуализации. Для отдельных видов споров законом установлен обязательный досудебный порядок, в частности, специальный порядок досудебного урегулирования предусмотрен для споров о досрочном прекращении правовой охраны товарных знаков вследствие их длительного неиспользования.

Следует отметить, что в полномочия Конституционного суда РФ входит защита прав на средства индивидуализации путем признания несоответствующими законов, нарушающих эти права.

Отдельные меры защиты прав на средства индивидуализации могут осуществляться с помощью нотариуса (например, фиксация фактов в нотариальном протоколе осмотра сайта нарушителя).

Частноправовые споры по поводу средств индивидуализации могут рассматриваться в третейских судах и урегулироваться путем применения альтернативных (медиативных) процедур.

Правообладатели исключительных прав на средства индивидуализации могут прибегать и к самозащите своих прав.

В данном случае речь обычно идет о таких формах самозащиты, как применение технических средств защиты на носителях средств индивидуализации, проставление на товарах знаков охраны, проведение контрольных мероприятий путем приобретения контрафактных товаров и осуществления видеозаписи процесса закупки, обнародование

правообладателем по собственной инициативе судебного решения, вынесенного в его пользу по спорным правоотношениям, публикация в средствах массовой информации и доведение до контрагентов нарушителя сведений о фактах нарушений им исключительных прав на средства индивидуализации.

Одним из самых актуальных в настоящее время является проблема защиты прав при неправомерном использовании средств индивидуализации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Особенно эта проблема актуальна для товарных знаков.

При этом необходимо иметь в виду, что информационно-коммуникационная сеть «Интернет» носит экстерриториальный характер, что может привести к возникновению проблемы защиты прав в судебных органах различных стран. Кроме того, в связи с развитием информационных технологий, средства индивидуализации юридического лица зачастую используются новыми способами в мобильных приложениях и социальных сетях.

Рассмотрим формы защиты прав в информационно-коммуникационной сети «Интернет» более подробно.

В общем случае, обнаружив нарушение своих прав, в первую очередь правообладатель обязан обеспечить закрепление электронных доказательств этого нарушения.

Электронные доказательства имеют различную форму: электронные документы; информация из информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; сообщения, переданные посредством электронной почты; аудио- и видеозаписи в цифровом формате. Общий признак данных доказательств – это их электронная форма (электронные носители информации).

Как правило, для закрепления электронных доказательств необходимо использовать форму перевода их в традиционные виды: письменные или вещественные доказательства [38, с. 104].

Так, сообщения электронной почты представляются в суд на бумажном носителе в виде нотариального протокола осмотра [8], что является наиболее предпочтительным вариантом.

Аналогичным образом в суд можно представить различного рода информацию из информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в частности, скриншоты (распечатки страниц сайтов), являющиеся изображениями того, что, по мнению правообладателя, нарушает его права.

Отметим, что в судебной практике существует подход, при котором информация с официальных сайтов государственных органов, учреждений, организаций, предприятий, общественных объединений, почтовых и курьерских служб подтверждается обычной распечаткой и представляется в суд без нотариального заверения.

Собрав надлежащие доказательства нарушения своих прав, правообладатель, в соответствии со статьей 1301 Гражданского кодекса РФ, должен обратиться к нарушителю с претензионным письмом, в котором излагаются требования устранить обстоятельства, нарушающие его право на средства индивидуализации и (или) возместить причиненные убытки (выплатить компенсацию).

Если в установленный срок нарушитель не выполнил указанные требования, правообладатель получает возможность обратиться в суд за защитой своих прав.

В отдельных случаях, когда электронные доказательства собрать не удалось, существует вариант подачи заинтересованным лицом ходатайства об осмотре и исследовании соответствующего доказательства по месту его нахождения, в соответствии с частью 1 статьи 78 Арбитражно-процессуального кодекса РФ [2], уже после подачи иска.

В данном случае суд выносит определение о проведении осмотра и исследовании доказательства, результаты которого заносятся в протокол судебного заседания.

Выводы:

В третьей, заключительной главе бакалаврской работы рассмотрены основные проблемы, связанные с защитой правообладателем своих исключительных прав на средства индивидуализации юридического лица. Системно изложен порядок и основания привлечения нарушителей к гражданско-правовой ответственности.

Особое внимание обращено на формы защиты правообладателей, применения ими самозащиты прав, а также альтернативных способов урегулирования споров.

Подробным образом рассмотрен порядок действий правообладателя для привлечения к ответственности нарушителей прав на средства индивидуализации юридического лица в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Заключение

Подводя итог настоящей бакалаврской работе, следует сказать, что в результате проведенного исследования проанализированы нормы законодательства РФ о средствах индивидуализации юридического лица, научная литература, сложившаяся правоприменительная практика судов по данному вопросу. Безусловно, в краткой работе невозможно рассмотреть все аспекты данной обширной проблематики, вместе с тем в работе учтены основные тенденции, которые проявились в области использования и защиты средств индивидуализации в последнее время. Обращено внимание на факторы, которые существенным образом изменяют и нормативное регулирование, и судебную практику в данной области права в самое ближайшее время.

Результатом исследования являются следующие выводы и сделанные на их основе предложения по совершенствованию законодательства в области средств индивидуализации юридического лица.

В первой Главе бакалаврской работы дано понятие «средства индивидуализации юридического лица». Выявлено, что понятие «средство индивидуализации» используется как в широком смысле, так и в узком. В широком – как выделение каких-либо признаков, характеризующих данный объект среди аналогичных, либо придание этому объекту таких признаков, которые выделяют его из этой совокупности. В узком (гражданско-правовом) смысле – как индивидуализация самого юридического лица, либо индивидуализация результатов его экономической деятельности, которая позволяет его выделить среди других субъектов гражданских правоотношений.

Сделан вывод, что средства индивидуализации юридического лица принято подразделять на используемые в предпринимательской деятельности и неиспользуемые, подлежащие регистрации средства индивидуализации и не подлежащие регистрации. Но основной классификацией следует признать

деление средств индивидуализации на регулируемые законодательством РФ и нерегулируемые. В свою очередь регулируемые средства индивидуализации юридического лица делятся на: фирменное наименование юридического лица, право на товарный знак и знак обслуживания, право на географическое указание и наименование места происхождения товара, право на коммерческое обозначение.

В бакалаврской работе обоснована необходимость включения доменного имени в общую систему средств индивидуализации признаваемых законом объектами интеллектуальных прав в качестве самостоятельного средства индивидуализации. В работе проанализированы основные общие признаки, обеспечивающие правовую охрану средств индивидуализации юридического лица: различительная способность, приоритет по сроку образования, правдивость, территориальность, определенный вид деятельности, возможность применения правовой охраны бессрочно. Кроме того, проанализированы источники правовой охраны средств индивидуализации. Сделан вывод о необходимости использования глобальных, региональных и национальных источников права в их взаимосвязи.

Во второй Главе бакалаврской работы рассмотрены вопросы возникновения прав на средства индивидуализации, при этом особое внимание обращено на особенности правовой охраны общеизвестных товарных знаков. Сделан вывод, что при регистрации общеизвестного товарного знака его охрана производится ретроспективно, бессрочно и без ограничения по классам товаров (услуг). Сделан вывод об отсутствии в Российской Федерации правового регулирования принадлежности исключительного права на средства индивидуализации юридического лица нескольким лицам, что выражается в отсутствии конкретного механизма реализации таких норм в отношении прав на товарный знак и предложено дополнить действующее законодательство соответствующими положениями.

В работе подробно рассмотрены способы использования средств индивидуализации юридического лица в гражданском обороте. Особое внимание обращено на пределы прав правообладателя при введении производимых им товаров в гражданский оборот. Сделан вывод о наличии в международном праве трех подходов по данному вопросу: глобального, когда ввод в оборот товара в любой стране мира прекращает права на него со стороны правообладателя; регионального, когда ввод в оборот товара в регионе прекращает права на него правообладателя, но только в данном регионе; национальный, когда правообладателем допускается неограниченный оборот товара, но только на территории данной конкретной страны. В исследовании сделан вывод, что используемый в настоящее время в Российской Федерации национальный подход не отвечает требованиям экономических реалий, и в самое ближайшее время необходимо законодательно узаконить в стране использование глобального подхода.

При рассмотрении вопросов прекращения прав на средства индивидуализации, особое внимание обращено на соблюдение условий принудительного прекращения таких прав. Сделан вывод о том, что действующий порядок прекращения прав на товарный знак в соответствии с пунктом 1 статьи 1486 Гражданского кодекса РФ может приводить к злоупотреблениям со стороны правообладателя, что приводит к необходимости внести соответствующие дополнения в Гражданский кодекс РФ. В бакалаврской работе сделаны предложения по возможной формулировке таких дополнений.

В третьей Главе бакалаврской работы при рассмотрении видов ответственности за нарушение прав на средства индивидуализации юридического лица установлено, что они подразделяются на превентивные, направленные на предотвращение нарушения прав на средства индивидуализации, и регулятивные, которые применяются, когда права уже нарушены и требуется их восстановление. В связи со сложностью правоотношений относительно защиты прав на средства индивидуализации

сделан вывод о необходимости учета мнения судебных органов, которые в своих документах дают трактовки законодательства относительно порядка привлечения к ответственности нарушителей и порядка расчета компенсации правообладателю.

При исследовании сделан вывод, что исключительные права на средства индивидуализации юридического лица могут защищаться в различных формах: в административном порядке, в судебном порядке, путем самозащиты, а также путем обращения к альтернативным формам урегулирования споров. Особое внимание обращено на соблюдение порядка закрепления доказательств при нарушении прав на средства индивидуализации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», что имеет громадное практическое значение в связи с существенным ростом таких нарушений.

В целом исследование, проведенное в бакалаврской работе, системно рассматривает различные аспекты проблематики средств индивидуализации юридического лица и может быть использовано при изучении указанных вопросов на основе действующего законодательства РФ, а также в практической работе.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Административный регламент предоставления Федеральной службой по интеллектуальной собственности государственной услуги по признанию товарного знака или используемого в качестве товарного знака обозначения общеизвестным в РФ товарным знаком, утв. приказом Минэкономразвития России от 27 августа 2015 г. N 602 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

2. Арбитражно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 24 июля 2002 г. № 95-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 29 июля 2002 г. N 30 ст. 3012.

3. Афанасьева Е.Г., Долгих М.Г., Афанасьева Е.А. Средства индивидуализации в предпринимательской деятельности: правовые вопросы (учеб. пособие; отв. ред. Е.В. Алферова; второе изд., перераб. и доп.). – ИНИОН РАН, Центр социал. науч.-информ. исслед., Отд. правоведения. – М.: ИНИОН РАН, 2020 – 210 с.

4. Белова С.Н., Белых В.С., Беляева О.А., Булгакова М.А., Волкова Т.В., Гагарина И.В., Городов О.А., Егорова М.А., Кванина В.В., Максимов С.В., Маслов А.О., Молчанов А.В., Пращук С.А., Петров Д.А., Писенко К.А., Радченко Т.А., Самолысов П.В., Серёгин Д.И., Шаститко А.Е. Актуальные вопросы конкурентного права современные тенденции и перспективы развития (монография; отв. ред. д.ю.н., проф. М.А. Егорова). – М.: «Юстицинформ», 2020 – 208 с.

5. Габов А.В., Егорова М.А., Могилевский С.Д. и др. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве – М.: «Юстицинформ», 2015 – 155 с.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 25 декабря 2006 г. N 52 (часть I) ст. 5496.

7. Доменные имена и товарные знаки в Рунете (отчет по результатам аналитического исследования состава и соотношения множеств зарегистрированных на территории РФ товарных знаков и зарегистрированных доменных имен в доменах верхнего уровня .RU, .RF). ONLINE PATENT, Координационный центр доменов .RU/.RF. – М. 2018 г.

8. Закон РФ от 11 февраля 1993 г. N 4462-1 (ред. от 01.04.2022) «Основы законодательства Российской Федерации о нотариате» // Ведомости съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ от 11 марта 1993 г., N 10, ст. 357.

9. Иванчак А.И. Гражданское право Российской Федерации: Особенная часть (2-е изд., перераб. и доп.) – М.: «Статут», 2018 – 160 с.

10. Исключительное право в гражданском обороте: учебное пособие (Моргунова Е.А., Фролова Н.М.). – М.: «Норма: ИНФРА-М», 2021 – 496 с.

11. Калятин В.О. Право интеллектуальной собственности. Правовое регулирование баз данных: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: «Издательство Юрайт», 2018 – 186 с.

12. Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности (Стокгольм, 14 июля 1967 г.) // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

13. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 04.08.2014, N 31, ст. 4398.

14. Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 г. // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

15. Международное частное право: учебник (Богуславский М.М.). – М.: Норма: ИНФРА-М, 2021. – 672 с.

16. Моргунова Е.А., Погуляев В.В., Корчагина Н.П. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации: Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (постатейный) (под общ. ред. Е.А. Моргуновой). – М.: «Юстицинформ», 2010 – 214 с.

17. Наумова Е. Договорное регулирование оборота прав на интеллектуальную собственность // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. 2008. № 6 – С.174.

18. Обзор судебной практики Верховного Суда РФ N 3 (2017) // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

19. Обзор судебной практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав утвержденной Президиумом ВС РФ 23.09.2015 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

20. Определение Верховного суда от 04.06.2018 «Об отказе в передаче кассационной жалобы (представления) для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии ВС РФ» // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

21. Орлова В.В. Теория и практика индивидуализации в сфере интеллектуальной собственности. Автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. – М., 2005. – 45 с.

22. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

23. Письмо ФССП России от 8 апреля 2009 г. N 12/02-1607-АП «О соглашении ФССП России и Роспатента» // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

24. Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

25. Постановление Конституционного Суда РФ от 13 февраля 2018 г. N 8-П «По делу о проверке конституционности положений п. 4 ст. 1252, ст. 1487 и п. п. 1, 2 и 4 ст. 1515 Гражданского кодекса Российской Федерации в связи с жалобой общества с ограниченной ответственностью «ПАГ». // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

26. Постановление Конституционного Суда РФ от 13 декабря 2016 г. N 28-П // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

27. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. N 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

28. Постановление Правительства РФ от 29 марта 2022 г. № 506 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

29. Постановление Президиума ВАС от 2 апреля 2013 г. N 15187/12 по делу NA42-5 522/2011 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

30. Постановление Федерального арбитражного суда Московской округа от 02.07.2010 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

31. Правовое регулирование оборота прав на результаты интеллектуальной деятельности в цифровой экономике: монография (Кирсанова Е.Е.). – М.: Юстицинформ, 2022 – 228 с.

32. Рузакова О.А., Фабричный С.Ю. Новеллы законодательства об интеллектуальных правах 2017 года и перспективы его развития // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2018. – N 3 – С. 216.

33. Сингапурский договор о законах по товарным знакам от 27.03.2006 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

34. Современный толковый словарь русского языка. В 3 т.: /Т.Ф. Ефремова. – М.: АСТ: Астрель, 2006. – Т.1: А – Л. – 1165 с.

35. Соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков» (заключено в Ницце 15.06.1957 г.) // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

36. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) от 15.04.1994 // ЭПС «Система ГАРАНТ» : ГАРАНТ-Максимум. Вся Россия / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС-УНИВЕРСИТЕТ». Дата обновления: 20.04.2022.

37. Судариков С.А. Право интеллектуальной собственности: учебник. – М.: Проспект, 2011. – 338 с.

38. Треушников М.К. Судебные доказательства. М., 2016. С. – 155 с.

39. Федеральный закон от от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // «Собрание законодательства РФ», 31.07.2006, , N 31 (Часть I), ст. 3448.

40. Федеральный закон от 08.08.2021 N 129-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» // «Собрание законодательства РФ», 13.08.2001, , N 33 (Часть I), ст. 3431.

41. Шестакова Е.В. Цифровое право. - М.: «Право Доступа», 2020 – 55 с.

42. Юридические факты и их влияние на отраслевые институты права: проблемы и направления развития: коллективная монография (под общ. ред. д.ю.н., проф. В.Н. Синюкова, д.ю.н., проф. М.А. Егоровой). – Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА). - М.: «Проспект», 2020. – 536 с.