



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М. В. ЛОМОНОСОВА

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра предпринимательского права

---

Курсовая работа

**«Правовая защита конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации»**

**Выполнила:** студентка 3 курса  
дневного отделения группы № 304  
Мирзоева Елизавета Георгиевна

**Научный руководитель:**  
Кандидат юридических наук,  
доцент кафедры предпринимательского права  
Парашук Сергей Анатольевич

Дата сдачи научному руководителю: «15» апреля 2020 г.

Дата защиты курсовой работы: «19» мая 2020 г.

Оценка: **Отлично.**

Москва, 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
§1. Понятие исключительных прав на средства индивидуализации .....	5
§2. Понятие и содержание защиты конкуренции по антимонопольному законодательству РФ .....	10
§3. Монополия обладателей исключительных прав .....	17
§4. Проблема «антимонопольных иммунитетов».....	23
§5. Использование исключительных прав на средства индивидуализации в целях недобросовестной конкуренции .....	27
Заключение... ..	32
Список использованной литературы.....	34
Список нормативных правовых актов... ..	36
Материалы правоприменительной практики .....	37
Список интернет-ресурсов .....	38

## ВВЕДЕНИЕ

Введение к своей курсовой работе я бы хотела начать с высказывания известнейшего шотландского экономиста и философа Адама Смита:

«Представители одного и того же вида торговли или ремесла редко собираются вместе даже для развлечений и веселья без того, чтобы их разговор не кончился заговором против публики или каким либо соглашением о повышении цен»<sup>1</sup>. На мой взгляд, эта фраза как нельзя лучше отражает всю важность и необходимость конкуренции и, как следствие, конкурентного права в нашем мире.

Тема, касающаяся защиты конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации, становится все более актуальной, ведь с каждым днем появляется все больше объектов интеллектуальных прав, для которых нужно устанавливать надлежащий правовой режим.

В условиях современной рыночной экономики в России все более важным элементом становятся такие важные объекты интеллектуальной собственности, как средства индивидуализации товаров, работ, услуг и их производителей: фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров. Создание равных условий осуществления хозяйственной деятельности для различных типов товаровладельцев, развитие их конкурентоспособности, необходимость наполнения рынка товаров и услуг объясняет острую потребность в защите объектов интеллектуальной собственности.

В моей курсовой работе **объектом исследования** является правовая защита конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации в Российской Федерации, а также проблемы, связанные с монополиями обладателей исключительных прав.

В соответствии с предметом исследования, **цель моей курсовой работы** – изучение механизма защиты конкуренции в среде исключительных прав в

---

<sup>1</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо. 2016. С. 1056.

России. В соответствии с целью, можно сформулировать следующие **задачи** этой курсовой работы:

- охарактеризовать сущность и виды исключительных прав на средства индивидуализации;
- рассмотреть основные направления правового регулирования защиты конкуренции в Российской Федерации;
- изучить монополию обладателей исключительных прав;
- рассмотреть проблему «антимонопольных иммунитетов»;
- проанализировать использование исключительных прав на средства индивидуализации в целях недобросовестной конкуренции.

При написании курсовой работы использовались такие методы, как: сравнительный метод (метод, который осуществляется при помощи сравнительного анализа нескольких источников информации и выявления схожих и противоположных мнений об исследуемом объекте); анализ нормативно-правовой базы (это изучение учебной литературы по заданной теме, а также дополнительных источников, в том числе недавно вышедших газет и журналов, где подробно рассматривается анализируемая тема); анализ монографий и статей; метод аналогии (прием познания, при котором на основе сходства объектов по одним признакам делается заключение об их сходстве); дедукция (вид умозаключения от общего к частному, когда из массы частных случаев делается обобщенный вывод о всей совокупности таких случаев); классификация (разделение всех изучаемых предметов на отдельные группы в соответствии с каким-либо важным для исследователя признаком); обобщение (прием мышления, в результате которого устанавливаются общие свойства и признаки объектов).

**Структура курсовой работы** отражает содержание изучаемой темы «Защита конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации», позволяет ознакомиться с ней и провести исследование на выбранную тему. Работа состоит из введения, пяти параграфов, заключения, списков использованной литературы и нормативных актов.

## **§1. Понятие исключительных прав на средства индивидуализации.**

Каждый участник гражданского оборота нуждается в том, чтобы выделить себя, свою деятельность ее результаты среди других субъектов хозяйственной деятельности. Такая необходимость связана с перманентным развитием рынка товаров и услуг, связанного с постоянно возрастающей конкуренцией производителей. Чтобы привлечь потенциального потребителя, производителям приходится не только индивидуализировать свою продукцию от схожей, но и защищать результаты своей деятельности. В связи с этим необходимо дать понятие средства индивидуализации.

Интересно, что само слово «индивидуализация» произошло от латинского «individuatіo», означавшего «выделение единичного, индивидуального из всеобщего»<sup>2</sup>. Стоит заметить, что среди исследователей так и не сложилось единого понимания средств индивидуализации.

Так. Е.А. Суханов придерживается мнения, что средствами индивидуализации являются фирменное наименование юридического лица, товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товара, коммерческое обозначение<sup>3</sup>. С.В. Лукашевич понимает средства индивидуализации как совокупность средств, взаимосвязанных или взаимодействующих между собой для достижения общей цели – индивидуализации физического лица<sup>4</sup>. А.И. Сорокина, в свою очередь, определяет средства индивидуализации как нематериальные объекты, выражающиеся извне, и необходимые для выделения субъекта из общей массы с помощью выявления у него индивидуальных признаков.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Философский энциклопедический словарь. М.: Инфра-М, 2000. С. 176.

<sup>3</sup> Российское гражданское право: Учебник: В 2 т. Т. I: Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права / Отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., стереотип. – М.: Статут, 2011.

<sup>4</sup> Лукашевич С.В. Система средств индивидуализации физических лиц как субъектов гражданского права: Дис. .... канд. юрид. наук. Ульяновск, 2014.

<sup>5</sup> Сорокина А.И. Правовая природа на средства индивидуализации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Философия. Социология. Право. 2011. N 20. С.201-207.

По мнению В.В. Орловой, средством индивидуализации является любое обозначение (знак), с помощью которого осуществляется выделение субъекта или объекта из массы однородных, иначе индивидуализация<sup>6</sup>.

Следует отметить, что законодательное определение средства индивидуализации отсутствует. Глава 76 ГК РФ рассматривает средства индивидуализации посредством перечисления исключительных прав на них, а именно: право на товарный знак и знак обслуживания, коммерческое обозначение, фирменное наименование и на наименование места происхождения товара.

1. *Фирменное наименование.* Суть этого средства индивидуализации заключается в выделении в отдельных участников гражданского оборота из всеобщей массы. Чтобы обеспечить достижение этой цели, законодательство предъявляет к фирменным наименованиям ряд требований (принципов):

- **принцип истинности:** фирменное наименование должно содержать указание на организационно-правовую форму предприятия, его тип, личность владельца и т.п.

- **принцип исключительности:** фирменное наименование должно обладать отличительными признаками, которые не допускали бы смешения одной фирмы с другой, т.е. фирменное наименование должно быть новым и отличным от уже используемых наименований.

- **принцип постоянства:** фирменное наименование должно сохранять неизменность в течение всего времени, пока использующий его предприниматель сохраняет свой организационно-правовой статус; не допускается произвольное изменение фирменного наименования.

Рассмотренные выше принципы определяют структуру фирменного наименования<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Орлова В.В. Теория и практика индивидуализации в сфере интеллектуальной собственности. Автореф. дисс.– М., 2005. – С.23.

<sup>7</sup> См.: Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. 2-е изд. М., 2003. С.571-652.

Сущность права на фирменное наименование заключается в гарантированной возможности выступать в гражданском обороте под собственным фирменным наименованием<sup>8</sup>. Это право может выражаться, например, в возможности совершения лицом сделок под собственным именем, размещении своего фирменного наименования на вывесках, использовании в публикациях, а также в способности требовать от третьих лиц воздерживаться от неправомерных действий по отношению к объекту права и др.

*2. Товарный знак, знак обслуживания.* Под товарным знаком и знаком обслуживания понимаются обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц<sup>9</sup>.

Основная функция товарного знака заключается в способности индивидуализировать продукт конкретного лица. Знак обслуживания почти ничем не отличается от товарного знака. К примеру, Закон РФ о товарных знаках распространяет действие всех положений как на знак обслуживания, так и на товарный знак. Их можно отличить друг от друга только по объекту: товарные знаки индивидуализируют товары, а знаки обслуживания выделяют различные услуги.

Исключительное право владельца товарного знака включает в себя как позитивные, так и негативные правомочия: владелец вправе пользоваться и распоряжаться знаком, а также запретить другим лицам его использовать. Причем важно отметить, что использование товарного знака – это не только право, но и обязанность правообладателя, поскольку в случае его неиспользования в срок более 3 лет, любое лицо может обратиться в суд с ходатайством о прекращении действия данного товарного знака.

*3. Наименование мест происхождения товара.* Под наименованием места происхождения товаров понимается обозначение, представляющее

---

<sup>8</sup> Колушева М.Л. Исключительные права на средства индивидуализации товаров, работ, услуг и их производителей. – Дипломная работа. – Петропавловск-Камчатский – 2005.

<sup>9</sup> Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-I "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров".. // СПС Консультант Плюс.

собой либо содержащее современное или историческое наименование страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта или производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами<sup>10</sup>. Примеры товаров, определяющихся наименованием места происхождения: «Русский квас», «Бразильский кофе», «Гжельская роспись».

*4. Коммерческое обозначение.* В российском законодательстве не дается определение понятия коммерческого обозначения. В принципе, под коммерческим обозначением можно понимать наименование, принятое коммерческим предприятием (юридическим или физическим лицом) для обозначения себя на рынке и для отличия от других предприятий, оно должно обладать отличительной способностью<sup>11</sup>.

Переходя к характеристике исключительных прав на средства индивидуализации, хочется отметить, что в структуре интеллектуальных прав они занимают особую роль, поскольку в силу своего имущественного характера именно они могут гарантировать соблюдение прав и интересов правообладателя, а также его монополии на объект интеллектуального права. И особенно роль исключительных прав проявляются в отношении средств индивидуализации.

В связи с понятием средств индивидуализации, представляется необходимым дать определение исключительного права на средства индивидуализации. Действующее законодательство определяет исключительные права как имущественные. Исключительное право на средства индивидуализации – это совокупность принадлежащих

---

<sup>10</sup> Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-I "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров".. // СПС Консультант Плюс.

<sup>11</sup> Гражданское право России. Обязательственное право: Курс лекций (под ред. О.Н. Садикова). - "Юристъ", 2004.



правообладателю прав на использование по своему усмотрению любым не противоречащим законом способом средства индивидуализации<sup>12</sup>.

Содержание исключительного права на средство индивидуализации включает в себя следующие элементы (правомочия):

- использование средства индивидуализации самим владельцем
- наложение запрета на подобное использование другими лицами
- право распоряжаться средствами индивидуализации<sup>13</sup>

Обращаясь к структуре исключительного права, стоит также отметить конструкцию, предложенную В.А. Дозорцевым: он придерживался мнения, что исключительное права включает в себя два правомочия – использование результата и распоряжение правом<sup>14</sup>.

Исключительные права на средства индивидуализации имеют ряд особенностей:

- 1) абсолютный характер;
- 2) нематериальный объект права;
- 3) имущественный характер;
- 4) временный характер;
- б) особый правовой механизм использования объекта права<sup>15</sup>.

**Вывод:** Исключительные права на средства индивидуализации имеют имущественный характер, что отличает их от других интеллектуальных прав. Невозможно дать характеристику исключительным правам на средства индивидуализации; приведенный анализ средств индивидуализации показал, что каждое из них играет важную роль для стабильности и организованности гражданского оборота. Однако, законодательное регулирование товарного знака и знака обслуживания, а также легальная характеристика коммерческого обозначения, является весьма скудным. Подобная правовая неясность

---

<sup>12</sup> Сборник статей участников научно-методологического семинара под общей редакцией О.В. Сушковой. Москва, 2018г.

<sup>13</sup> <https://patentural.ru/zhurnal/prava-na-sredstva-individualizacii>

<sup>14</sup> Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. – М.: 2003. – С. 48.

<sup>15</sup> Право интеллектуальной собственности: учебник/под ред. И.А. Близнеца. – М.: Проспект, 2011.

представляет опасность для участников гражданских правоотношений: особенно в случаях, когда субъекты будут нуждаться в защите их прав, исходя из судебной практики, сделать им это будет затруднительно.

## **§2. Понятие и содержание защиты конкуренции по антимонопольному законодательству РФ.**

Представляется, что для исследования защиты конкуренции, обеспечиваемой законодателем, необходимо прежде дать определение понятия конкуренции. Существуют доктринальные дискуссии касательно того, что же входит в понятие «конкуренция».

Г.И. Мартыненко пишет, что конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке<sup>16</sup>.

Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia», которое означает «столкновение» или «соствязание». Именно поведенческая трактовка этой категории изначально установилась в экономической литературе. Адам Смит, в частности, связывал конкуренцию с честным, без сговора, соперничеством, ведущимся между субъектами рынка за наиболее выгодные условия продажи и покупки товаров.

С точки зрения экономики есть несколько вариантов определений. Первый подход к пониманию конкуренции как экономической категории связан с пониманием конкуренции как соперничества за достижение лучших результатов в какой-либо сфере хозяйствования. В работах, характерных для данного научного направления, конкуренция определяется как соперничество

---

<sup>16</sup> Мартыненко Г.И. Правовая защита конкуренции– М.: Юстицинформ. – 2016, Мартыненко Г.И. Российское конкурентное законодательство: новый Закон о защите конкуренции. // Право и экономика, 2007. № 1.

экономических субъектов на рынке<sup>17</sup>. К примеру, В. Радаев придерживается мнения, что конкуренция – это действия двух и более агентов, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их стороны.

Другой подход к понятию конкуренции заключается в том, что эта категория рассматривается как неотъемлемый элемент рынка, который способствует проявлению наилучших черт рыночной экономики. Одним из приверженцев этого подхода был Адам Смит. Согласно его взглядам, конкуренция – это процесс реакции на новую силу и способ достижения нового равновесия. Смит считал, что любому, кто осуществляет экономическую деятельность, свойственна склонность к состязательности и предприимчивости, иными словами, к конкуренции<sup>18</sup>. Многие современные ученые придерживаются позиции Смита. Например, Б. Ф. Андреев считает, что конкуренция оказывает наиболее благоприятное влияние на развитие предпринимательства.

Надо сказать, что я придерживаюсь того же мнения, что и Андреев, и Смит. Я считаю, что существование современной реальности, экономики, предпринимательства и даже привычной нам жизни зависит от конкуренции производителей на рынке.

Конкуренция – это одно из важнейших условий нормального существования и функционирования рынка, характерного для большинства современных государств. И она же является важнейшим условием, без которого современное предпринимательство не сможет функционировать. Именно поэтому конкуренция нуждается в законодательной защите.

В Российской Федерации, как в стране со смешанной формой экономики, законодательство о защите конкуренции играет важную роль, потому что именно оно обеспечивает один из важнейших принципов рынка – свободную конкуренцию между производителями товаров и услуг. В

---

<sup>17</sup> Радаев В. Основные подходы к анализу конкуренции // Top-Manager. – 2005. - No 11. – С. 11.

<sup>18</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Наука, 1992.

российском законодательстве для обозначения преступлений и правонарушений, связанных с воздействием на конкуренцию, есть специальный термин – «недобросовестная конкуренция».

Термин «недобросовестная конкуренция» используется в отечественном законодательстве в связи с присоединением СССР в 1965 году к Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года<sup>19</sup>. Она имеет силу и для Российской Федерации, которая стала правопреемником бывшего СССР в области заключенных им международных договоров.

Так, актом недобросовестной конкуренции признается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах (п.2 ст.10 Парижской конвенции по охране промышленной собственности)<sup>20</sup>.

Стоит сказать, что законодательство о защите конкуренции в России появилось далеко не сразу. В Российской Империи такого законодательства не было, видимо, в силу того, что развитие экономики в то время только набирало обороты, а понятие «конкуренция» и сущность этого явления никак не регулировались. Общество только-только начало переходить от аграрного (традиционного) типа к индустриальному, буржуазному, поэтому законодательства о конкуренции, как такового, не существовало, были лишь некоторые нормы, регулирующие деятельность тогдашних форм предпринимательства – картелей и синдикатов.

В период СССР сложно говорить о развитии законодательства о защите конкуренции, поскольку конкуренции, как таковой, не может быть при плановой экономике. Само государственное устройство Советской России отвергало такую экономическую и правовую категорию как «конкуренция». Однако, все же некоторые изменения в тот период происходили. В частности, СССР подписал в 1965 году Парижскую конвенцию по охране промышленной

---

<sup>19</sup> Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979). // СПС Консультант Плюс.

<sup>20</sup> Там же.

собственности 1883 года<sup>21</sup>. Также, было принято несколько нормативных правовых актов, регулирующих конкуренцию, таких как Постановление Совета Министров от 2 декабря 1988 года № 1405 «О дальнейшем развитии внешнеэкономической деятельности государственных, кооперативных и иных общественных предприятий, объединений и организаций»<sup>22</sup>. Также можно рассматривать как источник законодательства о конкуренции Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик от 31 мая 1991 года.

В Российской Федерации законодательство о защите конкуренции – это часть антимонопольного законодательства, которое начало формироваться только в 1991 году, что довольно поздно по сравнению с такими развитыми странами, как США, Франция или Германия. Оно включает в себя ФЗ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности», ФЗ «О рекламе», ФЗ «О естественных монополиях», ФЗ «О рынке ценных бумаг» и др., а также важными документами, регулирующими конкурентное право, являются:

- 1) Конституция РФ – в статье 8 гарантирует единство экономического пространства в Российской Федерации, а также свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности<sup>23</sup>;
- 2) Гражданский кодекс РФ – устанавливает равенство субъектов гражданских правоотношений, обеспечивает беспрепятственное осуществление и защиту гражданских прав;
- 3) Уголовный кодекс РФ и Кодекс об административных правонарушениях РФ – устанавливают ответственность хозяйствующих субъектов за нарушение антимонопольного законодательства.

---

<sup>21</sup> См.: Бадмаев Б.Г. Генезис правового регулирования недобросовестной конкуренции // Финансовое право. 2009. N 10. С. 28 - 31.

<sup>22</sup> См.: Свод законов СССР 1990г. Том 9.

<sup>23</sup> Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993). // СПС Консультант Плюс.

Цель всех вышеперечисленных законов как совокупности антимонопольного законодательства – обеспечение эффективной деятельности рынка товаров и услуг, а также пресечение недобросовестной конкуренции.

ФЗ «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 года состоит из 10 глав и 54 статей и затрагивает большинство сфер предпринимательской деятельности, где участвуют хозяйствующие субъекты. Можно сказать, что этот федеральный закон является основой для всего антимонопольного законодательства; он содержит как основные используемые понятия, так и материальные и процессуальные нормы, регулирующие общественные отношения.

В соответствии со ст. 1 этого закона можно сказать, что он был разработан с целью предупреждения и пресечения монополистической деятельности, а также обеспечения единого экономического пространства, свободы перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защиты конкуренции и создания условий для эффективного функционирования товарных рынков<sup>24</sup>.

Как уже говорилось выше, Закон «О защите конкуренции» содержит основные понятия. В частности, законодатель дал в нем нормативное определение конкуренции. Конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (п. 7 ст. 4 Закона)<sup>25</sup>.

Законом о защите конкуренции в соответствии со статьей 4 п.9 под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности,

---

<sup>24</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

<sup>25</sup> Там же.

противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации<sup>26</sup>. Также закон 135-ФЗ дает определения таким ключевым понятиям, как «товар», «финансовый рынок», «монопольно высокая/низкая цена» и т.д.<sup>27</sup>

Помимо понятий, собранных в основном в первой части ФЗ «О защите конкуренции», в ней также содержатся императивные нормы, регулирующие поведение хозяйствующих субъектов. Например, участники рынка не могут заключать соглашения друг с другом, если эти соглашения могут привести к ограничению конкуренции, в том числе перечисляются действия, которые могут считаться такими соглашениями (11 статья 135-ФЗ).<sup>28</sup>

Вторая часть федерального закона «О защите конкуренции» содержит информацию о полномочиях, функциях и деятельности федеральной антимонопольной службы (ФАС). Таким образом, этот ФЗ содержит как материальные, так и процессуальные правовые нормы.

Закон №135-ФЗ широко применяется в теории и на практике. По критерию времени он применяется к тем отношениям, что возникли после вступления его в законную силу. По критерию территории – территория РФ, а также вне ее, если действия хозяйствующих субъектов влияют на состояние российской конкуренции.

Субъектами конкуренции, регулируемыми ФЗ «О защите конкуренции» могут быть коммерческие и некоммерческие организации, индивидуальные предприниматели, лица, осуществляющие частную деятельность (например, адвокаты), а также органы государственной власти.

---

<sup>26</sup> Мартыненко Г. И. Правовая защита конкуренции. – М.: Юстицинформ. – 2016.

<sup>27</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

<sup>28</sup> Там же.

Также необходимо отметить, что закон о защите конкуренции регулирует ряд общественных отношений, где участниками могут быть как хозяйствующие субъекты, так и органы государственной власти, имеющие возможность и способность влиять на конкурентные отношения в стране. Однако данный федеральный закон не может регулировать отношения, уже обозначенные правилами конкуренции на трансграничных рынках, контроль соблюдения которых находится в компетенции Евразийской экономической комиссии в соответствии с международным договором РФ.

Также в законе №135-ФЗ устанавливается, что государственные и муниципальные органы могут предоставлять ряд преференций, а также осуществлять контроль за деятельностью чиновников в рамках борьбы с коррупцией (перечисляется перечень преференций, которые разрешены и запрещены). Их можно проследить в статье 19 – преференции могут быть предоставлены на основании правовых актов федерального органа исполнительной власти/ органа местного самоуправления в целях<sup>29</sup>:

- обеспечения жизнедеятельности населения в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях

- развития образования и науки

- защиты окружающей среды

- развития культуры, искусства и т. д.

В качестве примера запрета использования государственных или муниципальных преференций можно привести использование их в целях, не соответствующих указанным в заявлении о даче согласия на предоставление преференций целям (статья 19 пункт 2)<sup>30</sup>.

Итак, можно сделать вывод, что ФЗ «О защите конкуренции» регулирует отношения между хозяйствующими субъектами и государственными (муниципальными) органами, а также ограничивает и контролирует ситуации,

---

<sup>29</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

<sup>30</sup> Там же.



которые могут привести к возникновению недобросовестной конкуренции и, как следствие, возможного морального и материального ущерба.

Важную роль в защите конкуренции играют и подзаконные акты Федеральной Антимонопольной службы, регулирующие порядок проведения различных административных процедур. Например, Приказ ФАС от 28 апреля 2010 года № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

**Вывод:** Законодательство о защите конкуренции в России, несмотря на свою комплексную природу, является самостоятельной сферой законодательства, наряду с законодательством об интеллектуальной собственности Антимонопольное законодательство сформировалось в России позднее законодательства об интеллектуальной собственности. Защита конкуренции понимается в антимонопольном законодательстве понимается как правовая защита публичного (общественного) интереса на существование и развитие конкуренции на рынке, формирование конкурентной среды.

### **§3. Монополия обладателей исключительных прав.**

В современном мире конкурентные отношения задействованы во всех сферах жизни общества и играют важную роль в формировании экономического взаимодействия между хозяйствующими субъектами в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономических благ. Однако, зачастую в процессе осуществления своей экономической деятельности нарушается один из основных принципов рыночной экономики – принцип свободы конкуренции. При нарушении этого положения можно говорить о несовершенной конкуренции, а в частности – о несовершенной конкуренции в виде монополии.

Слово «монополия» имеет греческое происхождение. Монополия (от греч. *monos* – один и *poleo* – продаю) – исключительное право на производство или продажу чего-либо<sup>31</sup>.

В законодательстве о защите конкуренции не законодатель не приводит понятие монополии. Строго говоря, это больше экономическая категория, чем юридическая, поэтому представляется правильным привести экономическую дефиницию: С.В. Клюзина понимает монополию как экономическую силу, позволяющую фирме осуществлять контроль факторов среды, наиболее существенных для ее текущего и перспективного развития, с целью реализации собственных экономических интересов, выражающихся в стремлении к доходности, росту, снижению хозяйственных рисков<sup>32</sup>. К.Ю. Тотьев понимает монополию как исключительное право на определенные действия или на что-либо<sup>33</sup>, отмечая при этом, что такой подход свойственен англоязычным источникам.

По мнению авторов научного труда «Конституционная экономика»<sup>34</sup>: конкуренция является основой функционирования рыночной экономики – а значит, и основой конституционного строя, поскольку создает механизм, устанавливающий на рынке равновесные цены на товары и услуги в зависимости от соотношения спроса и предложения на них. Конкуренции противостоит монополия, когда число продавцов становится столь малым, что каждый продавец в состоянии оказывать влияние через регулирование предложения товаров на их цену, что в конечном итоге приводит к неэффективному распределению ресурсов.

Таким образом, в общем исследователи понимают монополию как господство какого-либо субъекта в какой-либо области. Это в большей степени экономическая категория, которая характеризует структуру рынка с

---

<sup>31</sup>См.: Большой толковый словарь русского языка: современная редакция / Д. Н. Ушаков. М., 2008.

<sup>32</sup> Клюзина, С.В. Монополия и локальная монополия как ее тип: история вопроса, методология, теория и практика: автореф. дис. д-ра экон. наук / Клюзина Светлана Владимировна. – Иваново, 2005.

<sup>33</sup> Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий) / К.Ю. Тотьев. – М.: РДЛ, 2003.

<sup>34</sup> Конституционная экономика / отв. ред. Г. А. Гаджиев. – М.: Юстицинформ, 2010.

преобладанием одного субъекта либо, если это монополия, единственного участника.

Для монополии характерно наличие одной фирмы-производителя товара или услуги, которые отличаются своей однообразностью. При этом виде несовершенной конкуренции предприятие-монополист полностью контролирует ценовое распределение. На такой рынок производства новому участнику отношений выйти практически невозможно. Даже если предприниматель создаст компанию, которая начнет производить определенный товар или услугу, с учетом наличия монополии на рынке реализации такого товара (услуги), новый участник производственных отношений не сможет оказать влияние на регулирование цены. Таким образом, предприятие-монополист продолжит играть решающую роль в процессе ценообразования и фактически не даст новому предпринимателю возможность предложить продукт (услугу) по другой цене.

При причинении вреда конкуренции причиняется вред различным субъектам: как хозяйствующим субъектам, так и потребителям. Под вредом конкуренции А.Н. Варламова понимает «любые неблагоприятные изменения конкурентной среды»<sup>35</sup>. Таким образом, если рассматривать в качестве примера вреда конкуренции установление монопольно высокой цены на продукт, вред может быть причинен как производителю, так и его конкурентам, и потребителям.

Классификацию монополий с точки зрения правового регулирования предложил С.А. Парашук, выделив, регулируемые государством, рыночные монополии и монополии обладателей исключительных прав.<sup>36</sup>

С точки зрения правового регулирования выделяют следующие виды монополий:

---

<sup>35</sup> Варламова А.Н. Понятие и признаки монополистической деятельности. Соотношение категорий "монополизация рынка" и "доминирующее положение" // *Апелляция. Арбитражные споры*. — 2008. — № 1.

<sup>36</sup> См.: Парашук С.А. Понятие и виды монополий по законодательству России // *Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова*. М.: Юстицинформ, 2017.

- 1) *Государственные монополии* – монополии, создаваемые государством;
- 2) *Рыночные монополии* – монополии, создаваемые рынком без непосредственного влияния государства;
- 3) *Юридические (легальные) монополии* – то есть, монополии обладателей исключительных прав.

По отношению конкуренции к монополии выделяют:

1. *Открытые монополии* – такие монополии не защищены от конкуренции;
2. *Закрытые монополии* – к ним относят естественные и государственные.

Суть государственных монополий состоит в том, что государство делегирует право на совершение определенной хозяйственной деятельности исключительно поименованным государственным предприятиям. Таких монополий мало и каждая из них регулируется отдельным законом. Например, монополия на эмиссию наличных денег и организацию денежного обращения Центрального Банка РФ, которая регулируется ФЗ от 10.07.2002 г. №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

К монополиям первой группы также относят естественные монополии: они также устанавливаются государством, но для них предусмотрено единое нормативное регулирование – в ФЗ от 17.08.1995 г. №147-ФЗ «О естественных монополиях». При естественных монополиях цена товара или услуги регулируется не рынком, а государством; по сути, естественная монополия устанавливает своеобразный барьер, иммунитет от конкуренции.

Суть второй группы – *рыночных монополий* – состоит в том, что монополии устанавливаются самими субъектами рынка без вмешательства государства. Такие монополии не защищены от конкуренции и создаются обычно путем совершения сделок слияний и поглощений. Когда они неэкономическим путем противодействуют конкуренции, то они совершают правонарушение (монополистическая деятельность).

Третья группа, которая интересует нас больше остальных, – это *монополии обладателей исключительных прав* (их также называют юридическими (легальными) и патентными).

Их сущность заключается в том, что монопольное положение возникает вследствие обладания (использования) хозяйствующим субъектом исключительными правами на результаты интеллектуальной деятельности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы) и приравненные к ним средства индивидуализации (товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, коммерческое обозначение). Таковыми являются права на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования и т.п. (п.1 ст.138 ГК РФ)<sup>37</sup>.

Субъект предпринимательской деятельности может занимать монопольное положение на рынке по использованию этих объектов исходя из самого факта юридического признания за ним статуса их обладателя (например, обладатели патентов на изобретения, промышленные образцы или свидетельств о регистрации товарных знаков)<sup>38</sup>. То есть, сам факт обладания правами на объекты такого рода предоставляет субъекту предпринимательской деятельности выбор, причем использование этих объектов полностью зависит только от его усмотрения.

Возможность возникновения подобной монополии и занятия субъектом монопольного (доминирующего) положения обусловлена индивидуальными особенностями исключительных прав. Обладатель имеет возможность монопольно обладать объектом как используя его в своей деятельности, так и не делая этого (что является позитивной стороной права), а также запрещать всем другим лицам пользоваться им без специально выданного разрешения

---

<sup>37</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51 -ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018). // СПС Консультант Плюс.

<sup>38</sup> Предпринимательское право Российской Федерации / Отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. - М.: Юрист, 2003.

или лицензии (негативная сторона права)<sup>39</sup>. Такая способность обладателей права отстранять всех других лиц от использования объектов исключительных прав дает субъектам предпринимательской деятельности значительные преимущества в конкурентной борьбе, а также создает основания для занятия доминирующего положения на рынке.

К сожалению, часто подобными преимуществами пользуются в целях монополизации: например, посредством скупки патентов субъекты предпринимательской деятельности создают монополии.

Значительной проблемой, связанной с монополиями обладателей исключительных прав, является патентный троллинг. Патентные тролли – это компании, которые не производят и не продвигают собственный продукт, а получают патенты для целей подачи исков о нарушении своего исключительного права против фирм, уже использующих технологию<sup>40</sup>. По сути, они вынуждают фирмы выплачивать им огромные денежные суммы за право пользоваться результатами их разработок, не оставляя им выбора: компании приходится или платить троллю, или начинать длительное и дорогостоящее судебное разбирательство.

**Вывод:** Монополии обладателей исключительных прав являются закономерным явлением на рынке товаров и услуг. Возможность возникновения таких прав обусловлена уникальной природой исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации. Представляется, что подобные монополии являются скорее позитивным явлением, чем негативным. Они выполняют охранительную функцию для изобретателей и патентообладателей, обеспечивая им справедливый результат проделанной работы. Легальные монополии часто сравнивают правом собственности и другими вещными правами, поскольку они имеют абсолютный характер.

---

<sup>39</sup> Батычко В.Т. Предпринимательское право. Конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2011 г.

<sup>40</sup> Ворожевич А.С. Защита исключительных прав на патентоохраняемые объекты: монография. Москва: Статут, 2020.

Однако, в ряде случаев юридические монополии могут быть использованы во вред: они могут вредить как другим участникам рынка и потребителям, обеспечивая возможность правообладателям ограничивать конкуренцию, так и самим обладателям прав.

#### **§4. Проблема антимонопольных иммунитетов.**

Проблема антимонопольных иммунитетов в течение длительного промежутка времени широко обсуждается в большинстве стран, включая Россию. У нас дискуссии о снятии антимонопольных иммунитетов начались после принятия третьего антимонопольного пакета в 2012 году и продолжаются до сих пор. 135-ФЗ «О защите конкуренции» предусматривает антимонопольный иммунитет для интеллектуальной собственности: его требования, касающиеся запрета на злоупотребление доминирующим положением и на заключение антиконкурентных соглашений не распространяются на действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг<sup>41</sup>. Ученые и практики по-разному смотрят на положительные и отрицательные стороны данного положения, однако большинство сходится во мнении, что антимонопольные иммунитеты больше вредят рынку и гражданскому обороту, чем помогают. Разрабатываемый сейчас Пятый антимонопольный пакет направлен на отмену антимонопольных иммунитетов.

Основная идея и суть антимонопольных иммунитетов заключается в концепции легальной монополии, которую предусматривает интеллектуальное право. То есть, имеется в виду исключительное право, которое включает три правомочия: владеть, пользоваться, распоряжаться;

---

<sup>41</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

причем правомочие пользоваться раскрывается в ст. 1229 ГК РФ достаточно широко: любым не противоречащим закону способом<sup>42</sup>. Отсутствие запрета собственника также не расценивается в качестве согласия. На практике реализация подобного права его обладателями заключается «в возможности монопольно совершать действия по коммерческой эксплуатации объекта, приносящие имущественные выгоды, и запрете всем третьим лицам совершать такие действия без разрешения правообладателя»<sup>43</sup>. Таким образом, сама суть исключительного права напрямую связана с монополией правообладателя.

Одна из сложностей в выведении термина «антимонопольного иммунитета» заключается в том, что, как уже было описано в предыдущих частях этой работы, единообразного законного понятия легальной монополии не выработано. В юридической науке же этот термин имеет множество различных определений, указывающих в качестве основы связь именно с исключительными правами, что приводит к еще большей путанице в соотношении с интеллектуальным правом. Однако, некоторые исследователи считают, что на деле путаницы не возникает, поскольку, придавая правам на интеллектуальную собственность свойство исключительности, законодатель тем самым указывает на монополию в отношении таких прав их владельца – хозяйствующего субъекта<sup>44</sup>.

Тем не менее, обращаясь к понятию антимонопольного иммунитета, стоит сказать, что согласно ФЗ «О защите конкуренции», он напрямую связан с интеллектуальными правами. Суды и правообладатели трактуют закон таким образом, что исключительные права в силу своей природы являются ограничением конкуренции, которое допускается нормами российского права.

---

<sup>42</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230 -ФЗ (ред. от 18.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.07.2019)

<sup>43</sup> Дозорцев В. А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации: Сб. статей. М.: Статут, 2003. С. 48.

<sup>44</sup> Нарезный В.В. Необходимо ли исключение антимонопольного иммунитета интеллектуальной собственности из законодательства о защите конкуренции? – Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - №7, 2018.



Однако, большинство находит антимонопольные иммунитеты и их неизбежность спорными и стремится к их отмене. Хотя, конечно, присутствуют единичные случаи, когда суд воспринимает монополию обладателя исключительного права как злоупотребление доминирующим положением, но такие судебные решения – единичные.

Один из наиболее ярких противников антимонопольных иммунитетов – это Федеральная антимонопольная служба. Она выступает за усиление антимонопольного регулирования и увеличение объема государственного регулирования предпринимательской деятельности.

По большому счету, дискуссия о возможности распространения антимонопольного законодательства на интеллектуальную собственность по своей сути представляет поиск баланса между вмешательством антимонопольного регулирования в сферу охраны объектов исключительных прав и ограничениями на такое вмешательство<sup>45</sup>. Законодателю предстоит проделать сложную работу, чтобы найти такой баланс и избежать возможных злоупотреблений в будущем.

По смыслу поправок, предлагаемых для внесения в 135-ФЗ, законодатель рассматривает вариант полной отмены антимонопольных иммунитетов для обладателей исключительных прав. На мой взгляд, эта мера является излишней, так как в первую очередь снятие такого иммунитета окажет негативное воздействие на обладателей исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации. Изобретатели как потенциальные правообладатели потеряют интерес к научным разработкам, поскольку будут сомневаться в достаточности защищенности своей работы. Так что, полное исключение антимонопольного иммунитета, на мой взгляд, не будет полезным ни для правообладателей, ни для государства, ни для общества.

---

<sup>45</sup>Нарежный В.В. Необходимо ли исключение антимонопольного иммунитета интеллектуальной собственности из законодательства о защите конкуренции? – Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - №7, 2018.

По моему мнению, совершенствование антимонопольного законодательства в области регулирования интеллектуальных прав целесообразнее осуществлять постепенно, через изменение конкретных норм и сфер деятельности, которые наиболее часто подвержены злоупотреблениям.

В дискуссиях исследователи и практики часто видят опасность отмены интеллектуальных антимонопольных иммунитетов в том, что они повлияют на нормы права, прописанные в Гражданском кодексе РФ. Однако, как сказала

в одном из своих выступлений руководитель антимонопольной практики фирмы «Инфралекс» Елена Кузнецова, сложившаяся практика строго разграничила пределы интеллектуальных иммунитетов, установив, что антимонопольные запреты применяются только к действиям или соглашениям, выходящим за пределы прав, предоставленных Гражданским кодексом РФ<sup>46</sup>. Таким образом, рассуждая о балансе конкурентного права и прав на интеллектуальную собственность, нужно, прежде всего, сделать акцент на пределах прав.

**Вывод:** Наличие антимонопольных иммунитетов для обладателей исключительных прав является существенной проблемой для нашей правовой системы. Подобные ограничения конкуренции создают множество возможностей для злоупотреблений по стороны хозяйствующих субъектов-обладателей права, в том числе – злоупотребления доминирующим положением. Одно из направлений обсуждаемых изменений в законодательства о защите конкуренции заключается в ограничении таких бесконтрольных прав, что, на мой взгляд, будет иметь положительный эффект для развития рынка и гражданского оборота. Однако, полное исключение из ФЗ «О защите конкуренции» привилегий для обладателей исключительных прав, предлагаемого в пятом антимонопольном пакете, может оказать отрицательное воздействие на хозяйствующих субъектов, общество

---

<sup>46</sup> <https://www.eg-online.ru/article/396711/>

потребителей и государство. Поэтому, на мой взгляд, правильнее отменять такие иммунитеты постепенно.

### **§5. Использование исключительных прав на средства индивидуализации в целях недобросовестной конкуренции.**

Развитие и становление рыночной экономики, обязательным элементом которой является свободная конкуренция, способствовало усилению и расширению рынка товаров и услуг. Однако, оно же дало хозяйствующим субъектам основание для осуществления актов недобросовестной конкуренции. В настоящее время особенно актуальным является вопрос об использовании исключительных прав на средства индивидуализации в целях правообладателей, ограничивающих конкуренцию и действующих недобросовестно. В силу своего предмета (исключительных прав), недобросовестная конкуренция в этой сфере представляет собой особенную разновидность антиконкурентных действий.<sup>47</sup>

Само понятие недобросовестной конкуренции в области интеллектуальных прав впервые было введено на международном уровне, в Парижской конвенции по охране промышленной собственности 1883 года. В ней содержатся обязательства государств по обеспечению эффективной защиты от недобросовестной конкуренции, и в частности непосредственно названа, помимо прочего, недобросовестная конкуренция, связанная с неправомерным использованием объектов интеллектуальной собственности, включая действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной или торговой деятельности конкурента<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup>См.: Парашук С.А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 1995.

<sup>48</sup> Шугуров М.В. Международно-правовые основания защиты от недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности // Современное право. 2014. №8. С. 121–127. СПС «КонсультантПлюс».

Говоря об опыте Российской Федерации, то запрет на ведение недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации, впервые появился в 2002 году в Законе РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Затем схожее положение было добавлено в Федеральный закон «О защите конкуренции». За все время действия этой нормы возникло много вопросов относительно ее применения на практике. Дело в том, что действующее законодательство достаточно сжато формулирует запрет на осуществление конкурентных действий, которые связаны с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации. Законодатель не раскрывает признаки недобросовестности в сфере исключительных прав, а просто указывает на недопустимость ограничения конкуренции в этой области. Согласно ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция понимается как действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации<sup>49</sup>.

Критерием правильного разграничения недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации, от других видов, является характер и ориентация действий<sup>50</sup>. Это значит, что цель таких действий субъекта заключается в использовании значимой деловой репутации правообладателя для недобросовестного воздействия на других конкурентов и даже на

---

<sup>49</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

<sup>50</sup> Мурадян К.А. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг. – Нижний Новгород

потребителей. Таким образом, субъект, внешне соблюдая законность, на деле совершает ничто иное, как злоупотребление правом.

Глава 2.1 Федерального закона «О защите конкуренции» содержит в себе формы (или виды) недобросовестной конкуренции. В 135-ФЗ перечислено 7 видов составов, однако они не являются исчерпывающими: запреты также содержатся в отдельных нормативных актах (например, запрет на использование олимпийской символики). И, конечно, учитывая постоянное развитие экономики, стоит отметить, что перечень запретов и составов постоянно расширяется.

О.Н. Зименкова приводит следующие возможные акты недобросовестной конкуренции в сфере исключительных прав на средства индивидуализации: смешение с предприятием/продукцией, паразитарное приращение к товарному знаку или имени конкурента, раскрытие секретов торговли и производства<sup>51</sup>.

Пожалуй, наиболее часто встречающееся нарушение, практически напрямую касающееся использования исключительных прав на средства индивидуализации в целях недобросовестной конкуренции, – это действия (бездействие), связанные со смешением. Смешение представляет, в сущности, возможность соединения имиджа и деловой репутации различных производителей товаров и услуг. Смешение может быть достигнуто, к примеру, в результате контрафакта или неточной имитации.

Статья 14.6 ФЗ-135 гласит: не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации<sup>52</sup>. Эта же статья предусматривает следующие составы:

---

<sup>51</sup>См.: Зименкова О.Н. Правовое регулирование борьбы с недобросовестной конкуренцией в ЕЭС и в странах - членах Сообщества: Дис..... канд. юрид. наук. М., 1984. С. 66 - 71

<sup>52</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

- 1) Незаконное использование тождественных средств индивидуализации до степени смешения (например, контрафакт – когда оба товара абсолютно тождественны);
- 2) копирование или имитация внешнего вида товара (например, повторение фирменного стиля, оформления витрины магазина, что, в сущности, не является объектом исключительных прав).

Таким образом, в случае смешения нарушается принцип добросовестности, различимости. Противоправность состоит в том, что недобросовестный субъект пользуется репутацией своего конкурента.

От действий (бездействия), связанных со смешением, важно отличать паразитарную конкуренцию (хотя этого состава в законе пока что нет). Паразитарная конкуренция заключается в действиях хозяйствующих субъектов, направленных на использование в целях продвижения собственных товаров или услуг достижений и деловой репутации другого хозяйствующего субъекта и коммерческой ценности средств индивидуализации его предприятия, производимых им товаров, оказываемых услуг<sup>53</sup>.

Паразитарная конкуренция отличается от смешения тем, что при последнем конкуренты должны принадлежать к одному рынку товаров или услуг, в то время как при паразитарной конкуренции это условие не обязательно должно соблюдаться. В качестве примера паразитарной конкуренции можно привести известное дело, касающееся производства шоколада «Sony».

Третье правонарушение, которое необходимо упомянуть, – это дискредитация. ФЗ «О защите конкуренции» регулирует это правонарушение в статье 14.1: не допускается распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему

---

<sup>53</sup> Новоселова Л. «Паразитический» маркетинг: основные симптомы и методы борьбы. – Журнал суда по интеллектуальным правам, 2015.

субъекту или нанести ущерб его деловой репутации<sup>54</sup>. При этом законодатель предусмотрел три группы условий:

- 1) Качество, потребительские свойства и назначение товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом;
- 2) Количество товара, предлагаемого к продаже другим хозяйствующим субъектом-конкурентом, наличие такого товара на рынке, возможность его приобретения;
- 3) Условия, на которых товар предлагается к продаже другим хозяйствующим субъектам-конкурентам, в частности цена товара.

Обычно выделяют следующие признаки дискредитации:

- Сведения должны не соответствовать действительности;
- Сведения должны быть распространены (то есть, опубликованы в печати, сообщены по радио, в интернете и т.д.);
- Сведения должны быть способны причинить хозяйствующему субъекту убытки и ущерб деловой репутации.

Причем дискредитация может быть как прямой, так и косвенной (в виде сравнения с другими хозяйствующими субъектами, например, при использовании слова «лучший»).

**Вывод:** Использование исключительных прав на средства индивидуализации в целях недобросовестной конкуренции является самостоятельным видом недобросовестной конкуренции. При этом можно для пресечения данного вида недобросовестной конкуренции также можно использовать общий запрет на злоупотребление правом. Кроме того необходимо в законодательстве предусмотреть специальный вид недобросовестной конкуренции – запрет на «паразитарную конкуренцию». На мой взгляд, важно обеспечить защиту исключительные права от недобросовестной конкуренции, поскольку охрана их законодателем

---

<sup>54</sup> Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.

формирует чувство стабильности у потенциальных правообладателей, стимулирует их на развитие и производство новых товаров и услуг.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Подводя итоги проделанного мною исследования, можно сформировать несколько выводов, к которым я пришла в процессе написания курсовой работы.

Во-первых, я выяснила, что отождествлять исключительные права на средства индивидуализации с другими интеллектуальными правами не является правильным, ведь они имеют имущественный характер. Каждое исключительное право имеет свои собственные индивидуальные особенности, свойственные лишь ему. Объединяет их то, что они все играют важную роль для стабилизации и равновесия гражданского оборота. При этом, их нормативное регулирование является весьма скудным, что представляет затруднения в случаях, когда права субъектов необходимо будет защищать.

Во-вторых, в ходе исследования я проанализировала различные теоретические взгляды на антимонопольное законодательство, а также выявила основные этапы его развития в России и за рубежом. Это позволило составить целостное представление о том, что такое конкуренция и как правоприменитель защищает ее.

В-третьих, удалось установить, что монополии обладателей исключительных прав, в сущности, давно имеют место на рынке товаров и услуг (их появление объясняется самой природой исключительных прав). В общем и целом, на мой взгляд, они оказывают положительное влияние на рынок и гражданский оборот в гораздо большей степени, чем негативное. Они охраняют правообладателей и таким образом стимулируют их к созданию новых товаров и услуг, потому что создают уверенность в защите их интеллектуального труда.



Проблема заключается в том, что легальные монополии могут быть использованы как во благо (для защиты правообладателя), так и во вред: их сущность состоит в ограничении конкуренции. Соответственно, при установлении запрета на конкуренцию в определенной области, может возникнуть опасность злоупотреблений. Юридические монополии могут вредить как другим участникам рынка, например, посредством установления монопольно высокой или низкой цены, так и потребителям, лишая их возможности выбора товара или услуги.

То есть, наличие нормативной возможности установить антимонопольный иммунитет в сфере исключительных прав на средства индивидуализации, представляет проблему для российского законодательства. Рассматриваемый сейчас пятый антимонопольный пакет направлен на то, чтобы скорректировать сложившуюся ситуацию. Сложность для правоприменителя заключается в том, что необходимо как обеспечить сохранность прав их обладателей – хозяйствующих субъектов, так и оградить других участников рыночных отношений от недобросовестной конкуренции со стороны правообладателей.

В данный момент пятый антимонопольный пакет предлагает резко отменить антимонопольные иммунитеты в сфере исключительных прав, просто посредством исключения соответствующих положений из Федерального закона «О защите конкуренции». По моему мнению, полное устранение этой правовой конструкции нельзя допустить, поскольку тотальное лишение привилегий правообладателей лишит хозяйствующих субъектов мотивации участвовать в инновационных разработках и изобретать новые товары и услуги. Поэтому важно соблюсти баланс прав как их обладателей, так и их конкурентов.

Закончить свою работу я хочу цитатой американского писателя Ральфа Уолдо Эмерсона: «Изобретения питают изобретения».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бадмаев Б.Г. Генезис правового регулирования недобросовестной конкуренции // Финансовое право. 2009. № 10. С. 28 - 31.
2. Батычко В.Т. Предпринимательское право. Конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФ, 2011.
3. Большой толковый словарь русского языка: современная редакция / Д. Н. Ушаков. М., 2008.
4. Варламова А. Н. Понятие и признаки монополистической деятельности. Соотношение категорий "монополизация рынка" и "доминирующее положение" // *Апелляция. Арбитражные споры.* — 2008. — № 1.
5. Ворожевич А.С. Защита исключительных прав на патентоохраняемые объекты: монография. Москва: Статут, 2020.
6. Гражданское право России. Обязательственное право: Курс лекций (под ред. О.Н. Садикова). - "Юристъ", 2004.
7. Дозорцев В. А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации: Сб. статей. М.: Статут, 2003.
8. Дозорцев В.А. Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. – М.: 2003.
9. Зименкова О.Н. Правовое регулирование борьбы с недобросовестной конкуренцией в ЕЭС и в странах - членах Сообщества: Дис. канд. юрид. наук. М., 1984.
10. Ключина, С.В. Монополия и локальная монополия как ее тип: история вопроса, методология, теория и практика: автореф. дис. д-ра экон. наук / Ключина Светлана Владимировна. – Иваново, 2005.
11. Колушева М.Л. Исключительные права на средства индивидуализации товаров, работ, услуг и их производителей. – Дипломная работа. – Петропавловск-Камчатский – 2005.
12. Конституционная экономика / отв. ред. Г. А. Гаджиев. – М.: Юстицинформ, 2010.

13. Лукашевич С.В. Система средств индивидуализации физических лиц как субъектов гражданского права: Дис. .... канд. юрид. наук. Ульяновск, 2014.
14. Мартыненко Г. И. Правовая защита конкуренции – М.: Юстицинформ. – 2016.
15. Мурадян К.А. Недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товаров, работ или услуг. – Нижний Новгород, 2018
16. Нарезный В.В. Необходимо ли исключение антимонопольного иммунитета интеллектуальной собственности из законодательства о защите конкуренции? – Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - №7, 2018.
17. Новоселова Л. «Паразитический» маркетинг: основные симптомы и методы борьбы. – Журнал суда по интеллектуальным правам, 2015.
18. Орлова В.В. Теория и практика индивидуализации в сфере интеллектуальной собственности. Автореф. – М., 2005. – С.23.
19. Парашук С.А. Понятие и виды монополий по законодательству России // Актуальные вопросы современного конкурентного права. Сборник научных трудов / М.А. Акимова, А.В. Белицкая, В.С. Белых и др.; отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2017.
20. Парашук С.А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 1995.
21. Парашук С.А. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта как базовая категория законодательства о защите конкуренции // Предпринимательское право. 2014. № 2. С. 46-53.
22. Право интеллектуальной собственности: учебник/под ред. И.А. Близнаца. – М.: Проспект, 2011.
23. Предпринимательское право Российской Федерации / Отв. ред. Е.П. Губин, П.Г. Лахно. - М.: Юристъ, 2003.

24. Радаев В. Основные подходы к анализу конкуренции // Top-Manager. – 2005. - № 11.
25. Российское гражданское право: Учебник: В 2 т. Т. I: Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права / Отв. ред. Е.А. Суханов. – 2-е изд., стереотип. – М.: Статут, 2011.
26. Сборник статей участников научно-методологического семинара под общей редакцией О.В. Сушковой. Москва, 2018.
27. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. 2-е изд. М., 2003.
28. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо. 2016.
29. Сорокина А.И. Правовая природа на средства индивидуализации // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Философия. Социология. Право. 2011. N 20. С. 201-207.
30. Тотьев К.Ю. Конкурентное право (правовое регулирование деятельности субъектов конкуренции и монополий) / К.Ю. Тотьев. – М.: РДЛ, 2003.
31. Философский энциклопедический словарь. М.: Инфра-М, 2000.
32. Шугуров М.В. Международно-правовые основания защиты от недобросовестной конкуренции в сфере интеллектуальной собственности // Современное право. 2014. №8. С. 121–127. СПС «КонсультантПлюс».

### **НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 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). // СПС Консультант Плюс.

2. Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979). // СПС Консультант Плюс.
3. Конвенция, учреждающая Всемирную Организацию Интеллектуальной Собственности (Подписана в Стокгольме 14.07.1967, изменена 02.10.1979) // СПС «Консультант Плюс».
4. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994) (с изм. от 06.12.2005) // СПС «Консультант Плюс».
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018). // СПС Консультант Плюс.
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 18.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 18.07.2019). // СПС Консультант Плюс.
7. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. // СПС Консультант Плюс.
8. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-I "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров".// СПС Консультант Плюс.
9. Приказ ФАС России от 25.05.2012 № 339 (ред. от 16.02.2016) «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.08.2012 № 25125) // СПС «Консультант Плюс».
10. Свод законов СССР 1990 г. Том 9.

## **МАТЕРИАЛЫ ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

1. Постановление Конституционного Суда РФ от 24.06.2009 № 11-П «По делу о проверке конституционности положений пунктов 2 и 4 статьи 12, статей

22.1 и 23.1 Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и статей 23, 37 и 51 Федерального закона «О защите конкуренции» в связи с жалобами ОАО «Газэнергосеть» и ОАО «Нижекамскнефтехим»». // Вестник Конституционного Суда РФ. № 4. 2009.

2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 7. 2019.

3. Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» (утратило силу) // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 6. 2009.

4. Постановление Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30 (ред. от 14.10.2010) «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства». // Вестник ВАС РФ. № 8. 2008.

5. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» // СПС «Консультант Плюс».

6. Постановление Президиума ВАС РФ от 24.04.2012 № 16912/11 по делу № А40-73286/10-143-625. // СПС «Консультант Плюс».

7. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 26.01.2018 № С01-1015/2017 по делу N А32-14332/2017. // СПС «Консультант Плюс».

8. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2018 № С01-66/2018 по делу № А48-1531/2017. // СПС «Консультант Плюс».

### ***ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ***

1. <https://patentural.ru/zhurnal/prava-na-sredstva-individualizacii>
2. <https://www.eg-online.ru/article/396711/>