

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, СВЯЗАННАЯ С ПРИОБРЕТЕНИЕМ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА НА СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА, СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ, РАБОТ ИЛИ УСЛУГ

Мурадян К.А.

*Мурадян Каринэ Арутюновна – студент,
факультет права,
Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики, г. Нижний Новгород*

Аннотация: национальное законодательство о защите конкуренции не раскрывает правовую характеристику запрета на реализацию действий, направленных на приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации, не выявляя существенные признаки недобросовестности в конкретных действиях. В связи с данным пробелом возникают коллизии в действующей практике, которые анализируются в представленной статье.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, товарный знак, конкуренция, регистрация товарного знака, исключительное право на товарный знак.

В условиях современной экономики, одним из важнейших и наиболее мощных рычагов воздействия на совершенствование и улучшение производства, на распределение материальных благ, удовлетворения интересов потребителей является, несомненно, конкуренция. Развитие конкурентной среды между хозяйствующими субъектами способствует борьбе за превосходство на рынке путем повышения качества производимых товаров и оказываемых услуг, понижению цены, увеличению ассортимента и использованию других способов для прибыльной реализации производимого товара и предоставляемых услуг. Таким образом, посредством конкуренции экономическая сфера приспосабливается к формирующимся потребностям общества.

Конкуренция, являясь одним из средств регулирования основных экономических процессов, создает пространство для формирования многоуровневого, разнородного и нетождественного состава участников этой платформы. Этому содействует укрепление экономической ценности средств индивидуализации хозяйствующих субъектов, основной целью которой является образование отличительного знака, обеспечивающего идентификацию предприятий, производимых товаров.

Однако развитие и приобретение широких масштабов конкурентной среды явилось серьезным основанием для свободного применения приемов недобросовестной конкуренции, в частности в сфере исключительных прав на средства индивидуализации.

Представляется необходимым проследить и обозначить баланс между общественной системой норм, регламентирующих совершенную конкуренцию, и между гарантией охраны объектов средств индивидуализации. Ведь данные образования объединяет достижение их общей цели – защита непосредственно объектов интеллектуальной собственности с учетом интересов и потребностей, как хозяйствующих субъектов, так и потребителей. Поэтому одной из существенных задач является разрешение вопроса противостояние такому неоднородному явлению, как злоупотребление правами на средства индивидуализации в предпринимательской деятельности.

Критерием правильного разграничения недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации, от других видов является характер и ориентация действий. Целью действий в рассматриваемом аспекте является использование успешно сложившейся деловой репутации добросовестно хозяйствующего субъекта, проявившего себя среди конкурентов и потребителей, для неосновательного приобретения преимуществ над этим конкурентом. То есть недобросовестно действующий субъект расширяется и популяризируется за счет использования средств индивидуализации юридического лица, что, в свою очередь, вводит в заблуждение потребителей. Таким образом, конкурент, соблюдая формальные требования закона, нарушает принципы добропорядочности, справедливости, разумности и выходит за пределы осуществления гражданских прав в соответствии со статьей 10 ГК РФ.¹

Стоит заметить, что проблеме недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации всегда уделялось значительное внимание в науке предпринимательского права. И одним из вопросов, имеющих первостепенное

¹ См.: Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)// Российская газета. 08.12.1994. № 238 – 239.

значение, которые затрагивали многие правоведы, рассматривающие данную сферу, является вопрос о том, какие конкретно действия охватываются недобросовестной конкуренцией.

Важно заметить, что недопущение недобросовестной конкуренции при использовании хозяйствующим субъектом средств индивидуализации многими авторами ставилось во взаимосвязь с фактом возникновения прав на объекты интеллектуальной собственности. Не подвергалось критике утверждение о том, что моментом возникновения исключительного права на средства индивидуализации выступает день его введения в оборот, то есть с момента государственной регистрации права. Данная позиция поддерживается и правоприменительной практикой, так из материалов дела ФАС Восточно-Сибирского округа установлено, что ООО «Бурятмяспром» обратилось с заявлением о незаконном использовании ООО «Бурятская Мясоперерабатывающая Компания» товарного знака заявителя, включающего в себя буквенное сочетание «БМП» и требовало прекратить нарушение исключительного права на комбинированный товарный знак (знак обслуживания), включающий в себя буквенное сочетание «БМП», путём запрещения конкуренту ООО «Бурятская Мясоперерабатывающая Компания» использовать на упаковке колбасной продукции этого общества сходного до степени смешения сокращённого фирменного наименования «БМПК». Однако суд отказал в удовлетворении заявленных требований и пришёл к выводу о том, что в действиях ответчика не содержится признаков недобросовестной конкуренции, аргументируя это также тем, что «ООО «Бурятская Мясоперерабатывающая Компания» зарегистрировало своё фирменное наименование, содержащее аббревиатуру «БМПК» раньше, чем заявитель по делу ООО «Бурятмяспром» было зарегистрировано в качестве юридического лица (27.10.2008)».²

Обоснованной позиции суда коррелирует положение пункта 2 статьи 1475 ГК РФ, в соответствии с которой фирменное наименование подлежит охране со дня государственной регистрации юридического лица. Более того норма п. 3 ст. 1474 ГК РФ не допускает использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в ЕГРЮЛ ранее.³

Однако неоднозначность в регулировании данного вопроса укрепились в связи с разъяснениями Пленума ВС РФ и Пленума ВАС РФ в п. 58.1 в Постановлении «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации», отмечающие, что «какой-либо специальной регистрации фирменного наименования ГК РФ не предполагает».⁴

На основании вышеизложенного предусматривается, что юридическим фактом возникновения права на средства индивидуализации является не его регистрация, а именно фактическое использование и применение предусмотренного права хозяйствующими субъектами. Таким образом, мы приходим к выводу о том, что непосредственно сами действия заявителя, связанные с государственной регистрацией, по своей сущности не содержат действий, способных отвечать признакам недобросовестной конкуренции. Нарушение положений части 1 статьи 14.4 ФЗ «О защите конкуренции»⁵ имеет место только при последующей неоднократной эксплуатации охраняемых средств индивидуализации, в которой уже отражается направленность деяний недобросовестного участника конкурентной борьбы на злоупотребление правом и ограничение конкуренции. Говоря иными словами, приобретение исключительного права на средства индивидуализации запрещается не само по себе, а именно в совокупности с дальнейшим его потреблением путем реализации предпринимательской деятельности с целью приобретения неосновательных преимуществ на рынке, то есть с нацеленностью на недобросовестную конкуренцию.

Достаточно интересным и актуальным, на наш взгляд, является сфера применения недобросовестной конкуренции в области использования товарных знаков в сети Интернет, ведь экономика развивается также в инновационном направлении. Одной из самых распространённых актов недобросовестной конкуренции с использованием средств индивидуализации является использование доменных имен, то

² Постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 12.03.2013 по делу № А10-1266/2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://buryatia.fas.gov.ru/sites/buryatia.f.isfb.ru/files/solution/2013/03/21/mart_12_postanovlenie_kassacii_po_bmp.pdf

³ См.: Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Российская газета. 08.12.1994. № 238 – 239.

⁴ О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_86879/

⁵ См.: О защите конкуренции: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Российская газета. – 27.07.2006. – № 162.

есть названий сайтов, которые сходны до степени смешения с товарными знаками ранее зарегистрировавшихся организаций. При этом стоит отметить, что критерии оценки тождественности или сходства до степени смешения между использованным обозначением и товарным знаком регламентированы нормами Правил № 482, утвержденных Приказом Министерства экономического развития РФ от 20 июля 2015 г. Так, согласно п. 41 Правил о тождественности обозначений уместно говорить, только при условии совпадения товарных знаков во всех элементах. Что касается сходности обозначений до степени их смешения, то она выражается в случаях возникновения ассоциаций с другим товарным знаком в целом, вне зависимости от наличия у них отдельных отличий.

Более того в Интернет сфере действуют такие же правила, что и на рынке товаров и услуг, то есть, как мы уже отмечали ранее, сам факт регистрации сходного доменного имени не может квалифицироваться как акт недобросовестной конкуренции. Президиум ВАС РФ признал действия лица по администрированию доменного имени «lad-m.ru» нарушением прав ЗАО «ЛАД-М», за которым были зарегистрированы права на товарный знак «ЛАД-М». Суд указал, что наличие правонарушений в действиях ответчика не может ставиться в зависимость только от момента регистрации товарного знака, так как фирменное наименование не подлежит особой регистрации. Следовательно, суды нижестоящих инстанций необоснованно отказали в удовлетворении требований заявителя. Несмотря на то, что истец приобрел право на товарный знак позже, чем ответчик, суд указывает, что исключительное право на фирменное наименование в соответствии с 1475 ГК РФ возникает со дня государственной регистрации юридического лица. С учетом того, что ЗАО истца было зарегистрировано в 1996 году, что намного раньше, чем началась осуществляться предпринимательская деятельность ответчика, Президиум ВАС вынес решение в удовлетворении жалобы истца. Так, суд постановил, что ответчик на спорных сайтах размещает информацию об истории создания в 1996 году ЗАО «ЛАД-М» и рекламу этого общества как осуществляющего производство и продажу бумагоделательного оборудования. Поэтому в данном случае доменное имя с обозначениями, сходными до степени смешения, использовались ответчиком для рекламы другого юридического лица без разрешения истца, что нарушает исключительное право использования ЗАО «ЛАД-М» своего фирменного наименования.⁶

В последние года большие обороты набирает ограничение конкуренции в виде использования метатегов. Основная концепция заключается в использовании уже зарегистрированного товарного знака в латентной форме путем внесения этих ключевых слов в HTML-код сайта. В последствии, при введении указанных ключевых слов в поисковой сервер сайт недобросовестной стороны появляется в списке результатов поиска. Нормативно – правового регулирования данной сферы не предусмотрено, в связи с этим нет единой практики разрешения данного вопроса. Многие суды не удовлетворяют соответствующие требования, указывая на то, что использование таких обозначений не является «способом адресации, а представляет собой набор команд, обеспечивающих программное управление сайтом».⁷

Однако мы склонны разделять позицию ФАС Северо-Западного округа, который в одном из постановлений пришел к выводу о том, что применение слов сходных до степени смешения с товарным знаком в HTML- коде оказывает существенное воздействие на результаты поиска, и тем самым повышается посещаемость интернет-сайта, привлекаются потенциальные потребители, продвигаются товары ответчика, являющиеся однородными по отношению к товарам производителя, обладающего исключительным правом на этот товарный знак, что в свою очередь ограничивает конкуренцию. Суд пояснил, что методом нарушения прав на товарный знак является не только использование сходных обозначений в доменном имени, но и возможно иными способами в сети Интернет, если это приводит к ситуации смешения производителей этих услуг и товаров.⁸ Таким образом, использование в скрытой форме уже зарегистрированных обозначений также относится к актам недобросовестной конкуренции.

Суммируя все изложенное, мы приходим к тому, что данная область, несмотря на свою актуальность в связи с развитием роли информационных технологий в современной экономике, является совершенно не исследованной, проявляющееся в многообразии пробелов правового запрета и уточнения юридической природы недобросовестной конкуренции в области товарных знаков в сети Интернет.

Во – первых, не определены пределы отнесения определенных действий - правонарушений к актам недобросовестной конкуренции в рассматриваемой области; как мы выяснили, на данном этапе

⁶ См.: Постановление Президиума ВАС РФ от 08.12.2009 №9833/09 по делу № А40-53937/08-51-526 [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». «: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=135417#0>

⁷ Постановление ФАС Северо – западного округа от 15.01.2009 г. по делу N А56-1580/2008. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». «: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ASZ&n=95204&rnd=244973.3028225135#0>

⁸См.: Постановление ФАС Северо – западного округа от 22.03.2010 г. по делу N А56-1580/2008. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». «: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ASZ;n=108492#0>

формируется только противоречивая судебная практика, полностью не отражающая действительность происходящего.

Во – вторых, образуются коллизии в соотношении принципов построения системы охраны товарных знаков в жизни и на просторах Интернета. основополагающими началами, характеризующими механизм охраны товарных знаков, являются принципы территориальности и специализации. Так, принцип территориальности означает, что права на товарный знак распространяют свое действие по всей территории конкретного государства и возникают с момента их государственной регистрации, а принцип специализации предопределяет исчерпывающий перечень товаров и услуг, подпадающих под сферу действия исключительного права на товарный знак. А ввиду того, что Интернет выходит за грани территориальных ограничений, встает острая проблема по установлению случаев и условий применения законодательства к вытекающим из данных правоотношений спорам. Более того возникает и международная проблема столкновения законных прав владельцев товарных знаков, которые обладают правом на товарный знак в разных странах, так как статья 1479 ГК РФ закрепляет, что исключительное право на зарегистрированный товарный знак действует на территории РФ, а также в других случаях, предусмотренных международным договором РФ.⁹

Поэтому, базируясь на положении статьи 1232 ГК РФ, считаем, что необходимо регламентировать данный вопрос на законодательном уровне путем определения факта приобретения и использования чужого товарного знака в доменном имени или другим способом адресации в сети Интернет как полноценное основания для поддержания товарного знака в любой стране, вне зависимости от географического и территориального расположения домена.

Необходимо также обратить внимание на еще один немаловажный аспект в анализируемой области, а именно обеспечение института правовой охраны средств индивидуализации товаров, работ и услуг. В соответствии с ч. 2 статьи 14.4 ФЗ «О защите конкуренции» реализация правовой охраны исключительных прав на товарный знак осуществляется федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности по заявлению заинтересованного лица на основании решения антимонопольного органа о нарушении положений о приобретении и использовании исключительного права на средства индивидуализации. Следовательно, оспаривание недействительности предоставления правовой охраны происходит во внесудебном порядке. Однако действующий механизм признания недействительным регистрацию исключительного права на товарный знак порождает множество дилемм.

Одним из самых распространенных и неразработанных вопросов является недопущение нарушения прав добросовестных правообладателей при оспаривании правовой охраны в административном порядке. Данный вопрос уже был предметом рассмотрения КС РФ. В одном из своих определений КС РФ указал на п. 2 ст. 11 ГК РФ, в соответствии с которой принятое во внесудебном порядке решение может быть обжаловано в суд, что, в свою очередь, означает последующий судебный контроль аннулирования регистрации исключительного права административном порядке осуществляется непосредственно арбитражным судом. КС РФ пришел к выводу, что оспариваемые заявителем законоположения не являются препятствием для защиты своих конституционных прав и свобод в последующем судебном порядке.¹⁰

Но при этом, на практике дело часто обстоит иначе и последующее разрешение заявленных требований в судебном порядке приводит к следующей ситуации: предоставление правовой охраны прав на средства индивидуализации признано недействительным до того, как суд рассмотрит и примет решение по заявлению заинтересованного лица о признании принятого решения антимонопольного органа недействительным.

Так, постановлением ФАС Московского округа было отменено решение антимонопольного органа об аннулировании права ООО «Стар Гласс Лайтинг» на товарный знак. Однако впоследствии в восстановлении правовой охраны товарного знака ООО ввиду вступившего в законную силу решения суда Роспатентом фирме было отказано, так как Роспатент сообщил, что не вправе отменять свое решение. Как оказалось, Роспатент не был привлечен к рассматриваемому делу, в связи с этим властно – принудительные полномочия суда не распространялись на его действия, и решение суда не было приведено в исполнении Роспатентом. Однако как отмечалось судом кассационной инстанции не

⁹ См.: Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)// Российская газета. 08.12.1994. № 238 – 239.

¹⁰См.: Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Продюсерская фирма «Самый вкус» на нарушение конституционных прав и свобод положением пункта 3 статьи 22 Закона Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров. [Электронный ресурс]: Определение Конституционного Суда РФ от 02.10.2003 N 393-О. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45755/

привлечение Роспатента в процесс, не лишает заявителя возможности обратиться за защитой своего права непосредственно в Роспатент, что и было сделано. Нижестоящими судами не было выяснено, было ли вынесено новое заключение антимонопольным органом после вступления в силу решения суда, и было ли обращено решение суда к исполнению антимонопольным органом. Таким образом, учитывая все невыясненные обстоятельства, суд кассационной инстанции передал дело в суд первой инстанции на новое рассмотрение.¹¹

Как видно из судебной практики, в механизме признания недействительным предоставления правовой охраны товарного знака в административном и последующем судебном порядках прослеживаются очевидные несовершенства и пробелы. Для восстановления правовой охраны товарного знака в судебном порядке бывшему правообладателю следует быть особенно внимательнее при защите нарушенных прав и в обязательном порядке привлекать к участию в деле федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Суммируя все вышесказанное, мы приходим к выводу о том, что правовая сфера регулирования вопроса недобросовестной конкуренции, связанной с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации, не является до конца разработанной, что приводит к недопониманию как на практике, так и в доктрине, и порождает многочисленные коллизии. Анализ современного состояния законодательства и практики его применения показывает, что институт антимонопольного законодательства требует более детального регламентирования. Сложившаяся экономическая ситуация России способствует формированию правовой системы, которая учитывает потребности общественного развития и нужды граждан, в связи с этим немаловажным является вопрос о защите субъективных прав. Поэтому нам представляется крайне актуальным вопрос о разрешении сформировавшихся на практике проблем для создания развивающейся и плодотворной структуры действия антимонопольного законодательства.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)// Российская газета. - 08.12.1994. - № 238 – 239.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)// Российская газета. -08.12.1994. - № 238 - 239.
3. Федеральный закон РФ от 26.07.2006 № 135–ФЗ «О защите конкуренции»// Российская газета. – 27.07.2006. № 162.
4. Приказ Минэкономразвития России от 20.07.2015 N 482 (ред. от 10.10.2016) «Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, Требований к документам, содержащимся в заявке на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, и прилагаемым к ней документам и их форм, Порядка преобразования заявки на государственную регистрацию коллективного знака в заявку на государственную регистрацию товарного знака, знака обслуживания и наоборот, Перечня сведений, указываемых в форме свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), форме свидетельства на коллективный знак, формы свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), формы свидетельства на коллективный знак.» [Электронный ресурс]: Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184868/ (дата обращения: 02.07.2018).
5. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы общества с ограниченной ответственностью «Продюсерская фирма «Самый вкус» на нарушение конституционных прав и свобод положением пункта 3 статьи 22 Закона Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров. [Электронный ресурс]: Определение Конституционного Суда РФ от 02.10.2003 N 393-О. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45755/ (дата обращения: 02.07.2018).
6. О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Постановление Пленума Верховного Суда РФ

¹¹См.: При новом рассмотрении дела об устранении нарушений прав правообладателя товарного знака суду необходимо уточнить у заявителя, в чем выражается нарушение его прав и есть ли другой способ их защиты, чем предъявленный иск. [Электронный ресурс]: Постановление ФАС Московского округа от 30.06.2008 № КА-А40/5611-08. Доступ из системы «Гарант». -URL: <http://base.garant.ru/5573665/>

- № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_86879/ / (дата обращения: 02.07.2018).
7. Постановление Президиума ВАС РФ от 08.12.2009 №9833/09 по делу № А40-53937/08-51-526 [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=135417#0/> (дата обращения: 02.07.2018).
8. Постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 12.03.2013 по делу № А10-1266/2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://buryatia.fas.gov.ru/sites/buryatia.f.isfb.ru/files/solution/2013/03/21/mart_12_postanovlenie_kassacii_po_bmp.pdf / (дата обращения: 02.07.2018).
9. Постановление ФАС Северо – западного округа от 22.03.2010 г. по делу N А56-1580/2008. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=ASZ;n=108492#0/> (дата обращения: 02.07.2018).
10. Постановление ФАС Северо – западного округа от 15.01.2009 г. по делу N А56-1580/2008. [Электронный ресурс]. Доступ из справ.- правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ASZ&n=95204&rnd=244973.3028225135#0/> (дата обращения: 02.07.2018).
11. При новом рассмотрении дела об устранении нарушений прав правообладателя товарного знака суду необходимо уточнить у заявителя, в чем выражается нарушение его прав и есть ли другой способ их защиты, чем предъявленный иск. [Электронный ресурс]: Постановление ФАС Московского округа от 30.06.2008 № КА-А40/5611-08. Доступ из системы «Гарант». – Режим доступа: <http://base.garant.ru/5573665/> (дата обращения: 02.07.2018).