

На правах рукописи

Широкова Оксана Юрьевна

**ВИДЫ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТОВАРА,
ПРОИСХОДЯЩЕГО С ОПРЕДЕЛЕННОЙ ТЕРРИТОРИИ**

Специальность 12.00.03 - гражданское право;
предпринимательское право; семейное право;
международное частное право

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой
степени кандидата юридических наук**

Москва – 2016

Диссертация выполнена на кафедре промышленной собственности (с 30.11.2015 г. – кафедра патентного права и правовой охраны средств индивидуализации) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» (ФГБОУ ВО РГАИС).

Научный руководитель: **Орлова Валентина Владимировна**
доктор юридических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Рузакова Ольга Александровна**
доктор юридических наук, профессор,
заместитель руководителя аппарата
Государственной Думы Федерального
Собрания Российской Федерации
по гражданскому, уголовному,
арбитражному и процессуальному
законодательству

Радченко Наталия Александровна
кандидат юридических наук,
патентный поверенный РФ,
советник ООО «Юридическая фирма
Городисский и Партнеры»

Ведущая организация: **Федеральное государственное
автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»
(НИУ ВШЭ)**

Защита состоится «___»_____201___ г. в ___ часов ___ минут на заседании Диссертационного совета Д 401.001.02 при ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» по адресу: 117279, г. Москва, ул. Миклухо-Макляя, д. 55а.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» по адресу: 117279, г. Москва, ул. Миклухо-Макляя, д. 55а.

Автореферат разослан «_____»_____201___г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат юридических наук,
доцент

Савина Виктория Сергеевна

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

Издавна использование средств индивидуализации приобрело большую популярность в торговом обороте, что было вызвано необходимостью установления индивидуальной определенности как участников гражданско-правовых отношений, так и производимых ими товаров и/или услуг.

Средства индивидуализации достаточно разнообразны. Товарные знаки и знаки обслуживания традиционно предназначены для индивидуализации товаров, работ и услуг, фирменное наименование – для индивидуализации юридических лиц (во многих зарубежных юрисдикциях для их индивидуализации используются, например, торговые названия), сравнительно новое для нашего законодательства коммерческое обозначение индивидуализирует предприятие.

Наряду с установлением возможности предоставления правовой охраны вышеперечисленными средствами индивидуализации, ГК РФ (в параграфе 3 главы 76) предусматривает предоставление правовой охраны еще одному средству индивидуализации товара - наименованию места происхождения товара (далее - НМПТ), которое неразрывно связано с территорией происхождения товара. При этом под территорией понимается территория определенного географического объекта (села, города, месторождения). Например, наименование места происхождения товара «Хохлома», предназначенное для индивидуализации изделий художественного промысла с характерной росписью по дереву, связано с г. Семенов, Нижегородской области, наименование места происхождения товара «Тульский пряник» индивидуализирует производимые в г. Туле пряники, обладающие специфическими вкусовыми и визуальными свойствами, «Минеральная вода «Ессентуки» предназначена для индивидуализации лечебной минеральной воды, добываемой в границах Ставропольского края, г. Минеральные Воды - месторождения минеральных вод. Иными словами, НМПТ — это уникальное

средство индивидуализации, предоставление правовой охраны которому позволяет не только закрепить исключительное право его использования за лицами, производящими товар в границах определенного географического объекта и обеспечивающими определенные – особые свойства товара благодаря природным факторам и/или людским ресурсам, но и сохранить национальные традиции определенного географического региона в отношении определенного товара (сыр, посуда, горчица, помидоры, арбузы, мрамор, чугунное литье и др.), передающиеся из поколения в поколение.

Одновременно с этим необходимо отметить, что существуют и в предпринимательской деятельности достаточно широко используются еще два вида обозначений, которые также индивидуализируют товар, как происходящий с определенной территории: географическое указание (которое призвано индивидуализировать товар за счет его качеств, обусловленных местом его происхождения, однако, эти качества отличаются от особых свойств, присущих товару, маркированному НМПТ, они не являются особыми свойствами в смысле, который заложен нормой пункта 1 статьи 1516 ГК РФ.), и указание происхождения товара (которое служит для индивидуализации товара и связано с определенной территорией его происхождения, но без привязки к особым свойствам или качествам). Более того, в последнем случае границы такой определенной территории не всегда совпадают с границами географического объекта. Нередко речь идет о границах административной единицы или какого-либо региона (Подмосковье, Приморье, Алтайский край, Хабаровский край, Камчатский край и др.). Товары, маркированные такими обозначениями, как правило, являются неоднородными между собой (например, Вологодское масло, Вологодское кружево, Ивановский текстиль, Ивановские сувениры). Имеется еще одна особенность – при индивидуализации товара наименованием места происхождения товара или географическим указанием речь идет только о словесном обозначении. В случае же использования указания происхождения товара помимо словесной формы отображения таких обозначений (среди которых, например, обозначения «Сделано в России», «Татарские сладости»,

«Белевская пастила», «Сувениры Суздаля», «Астраханская вобла», «Изготовлено в Иваново» или «Разработано в России») весьма распространенным является его графическое отображение. Например, изображения Храма Василия Блаженного, Новгородского Кремля, Выборгского замка, Казанского Кремля, Петропавловской крепости, мечети Кул Шариф, изображения гербов различных населенных пунктов. Очевидно, что индивидуализация товаров сама по себе повышает уровень доверия к ним со стороны потребителей, а более конкретная индивидуализация с указанием происхождения товара из определенной страны, региона, города, местности, территории поможет потребителю ориентироваться в многообразии товаров одного вида.

Подобных обозначений становится всё больше и практика их использования расширяется, что способствует поддержанию национальных интересов России, укреплению рыночных позиций отечественных производителей, повышению спроса на российские товары на внутреннем рынке.

Известно, что маркировка товара тем или иным товарным знаком лишь в редких случаях указывает потребителю – откуда (из какого региона, страны, города, территории) происходит этот товар. Вместе с тем, Единое экономическое пространство¹, неминуемо приведет к ужесточению конкурентных отношений между производителями государств-членов ЕАЭС. Ситуация с индивидуализацией товаров в рамках ЕЭП осложняется также и тем, что во многих государствах-членах ЕАЭС права на тождественные (или сходные до степени смешения) товарные знаки, зарегистрированные для одинаковых или однородных товаров, принадлежат разным субъектам предпринимательской деятельности. Однако до настоящего времени отсутствует правовой механизм предотвращения или разрешения конфликтов между правами на такие товарные знаки. Таким образом, размещение на товаре указания происхождения является еще и дополнительной гарантией его индивидуализации в глазах потребителей, не только отечественных, но и зарубежных. При этом нельзя считать достаточным

¹ предусмотренное Решением от 19 декабря 2011 г. №9 «О вступлении в силу международных договоров, формирующих Единое экономическое пространство Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_123790/

требования ЕАЭС указывать происхождение товара – это требование охватывает только наименование страны изготовителя на маркировке упаковки². Использование же для индивидуализации товара такого средства индивидуализации как указание происхождения товара, информирующего потребителя о конкретной территории происхождения товара, а не только о стране изготовителя, представляется достаточно серьезным инструментом для разрешения потенциальных споров.

К сожалению, действующее российское законодательство не относит указание происхождения товара к охраняемым средствам индивидуализации. Отсутствует оно и в Договоре о Евразийском экономическом союзе, который регламентирует отношения только в связи с наименованиями мест происхождения товара и географическими указаниями в их традиционном понимании. Иными словами, законодатель «запаздывает» с введением новых видов средств индивидуализации в перечень охраняемых и, соответственно, с регулированием отношений по их поводу. Результаты проведенного исследования направлены на устранение сложившейся ситуации путем формулирования предложений по дополнению законодательства, что свидетельствует о его актуальности.

Актуальность проведенного исследования обусловлена также тем, что и в доктрине отсутствует четкое разграничение между тремя схожими, но все-таки отличающимися друг от друга видами средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории: указаниями происхождения товара, наименованиями мест происхождения товара и географическими указаниями. Необходимо выявление и законодательное закрепление их признаков, которые, в свою очередь, позволят четко урегулировать связанные с ними отношения, определить объем предоставляемой правовой охраны, найти механизмы

² О безопасности упаковки [Электронный ресурс]: Технический регламент Таможенного Союза (ТР ТС 005/2011) от 16.08.2011г. №769. –

Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/txnreg/deptexreg/tr/Documents/TR%20TS%20Upakovka.pdf>.

предотвращения неконтролируемого использования указаний происхождения товара, в том числе их ложное указание.

Возможность введения правовой охраны указаний происхождения в России обусловлена и участием России в старейшем международном договоре, установившем базовые нормы в отношении правовой охраны различных видов средств индивидуализации, Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в которой еще в 1911 году появились нормы, относящиеся к указаниям происхождения. Таким образом, имеются не только предпосылки введения в России правовой охраны указаний происхождения товара в качестве самостоятельного вида средства индивидуализации, но и правовые основания, предусмотренные международным договором Российской Федерации.

Степень научной разработанности темы исследования.

В настоящее время в отечественной доктрине отсутствуют работы, посвященные комплексному изучению вопроса о видах средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, в целом, и о новом для России средстве индивидуализации – указании происхождения товара, в частности. Вместе с тем, следует отметить, что в качестве основы рассмотрения вопросов, раскрывающих тему настоящего диссертационного исследования, были использованы труды Э.П. Гаврилова, С.А. Горленко, О.А. Городова, Е.А. Данилиной, В.Ю. Джермакяна, В.И. Еременко, В.Е. Китайского, Л.Л. Кирий, А. Л. Маковского, В.Я. Мотылевой, Л.А. Новоселовой, В.В. Орловой, Е.Д. Орловой, В.В. Пироговой, В. П. Рассохина, И.В. Рогаль, Л. А. Трахтенгерц, Г.И. Тыцкой, О.О. Ядревского и др.

По ряду вопросов, рассмотренных в настоящей работе, были проведены научные исследования, которые нашли отражение в диссертационных работах следующих авторов: С.А. Горленко³, А.Н. Григорьева⁴, М.Н. Соколовой⁵, Н.В. Чанга⁶, Г.И. Тахирова⁷, М.А. Салтыкова⁸ и др.

³ Горленко С.А. Проблемы регулирования охраны наименований мест происхождения товаров: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Горленко Светлана Антоновна. - М., 1994. – 135 с.

⁴ Григорьев А.Н. Географические указания: пробелы правовой охраны на национальном и международном уровне: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Григорьев Александр Николаевич. - М., 1995. – 133 с.

Однако, несмотря на весомый вклад упомянутых выше специалистов в исследование вопросов правовой охраны обозначений, используемых для индивидуализации товаров с точки зрения территории происхождения товара, нельзя еще раз не отметить, что комплексной работы по исследованию вопроса правовой охраны указания происхождения товара как средства индивидуализации товара, его соотношения с другими видами средств индивидуализации на сегодняшний день нет.

Объект исследования.

Объектом диссертационного исследования являются общественные отношения, сложившиеся и складывающиеся в связи с использованием различных средств индивидуализации товара, связанных с территорией его происхождения, при этом при исследовании принято во внимание, что свойства товара могут быть как обусловлены, так и не обусловлены его происхождением с точки зрения природных условий или с точки зрения людских факторов.

Предмет исследования.

Предметом диссертационного исследования являются нормы законодательства Российской Федерации, подзаконных актов Российской Федерации, международные и зарубежные правовые акты, регламентирующие отношения в области средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, научные труды отечественных ученых, посвященные средствам индивидуализации товара, в частности, наименованиям места происхождения товара, географическим указаниям и указаниям происхождения товара, практика применения законодательства о средствах индивидуализации товаров, а также вопросы их использования и защиты.

⁵ Соколова М.Н. Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Соколова Марина Николаевна. - М., 2002. – 205 с.

⁶ Чанг Н.В. Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Чанг Нгуен Ван. - М., 2003. – 153 с.

⁷ Тахиров Г.И. Совершенствование правовой охраны географических указаний в Республике Таджикистан: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Тахиров Гафур Иномович. - М., 2004. – 142 с.

⁸ Салтыков М.А. Правовая охрана наименования места происхождения товара как одного из объектов интеллектуальных прав: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Салтыков Максим Александрович. - М., 2012. – 181 с.

Цель диссертационного исследования - на основании комплексного анализа норм отечественного и зарубежного законодательства, доктринальных источников, теоретических исследований обосновать необходимость введения в Российской Федерации правовой охраны нового средства индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, – указания происхождения товара, вследствие чего разработать предложения по внесению соответствующих дополнений в действующее законодательство.

Для достижения поставленной цели необходимо **решение следующих задач:**

- выявить средства индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, определить соотношение выявленных средств индивидуализации товара;

- проанализировать положения действующих нормативных правовых актов РФ, отдельных стран ближнего зарубежья, а также международных актов, регламентирующих отношения по поводу использования обозначений, связанных с территорией происхождения товара (на место действительного происхождения) или изготовления товара;

- провести сравнительный анализ правового регулирования отношений по поводу средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории;

- сформулировать признаки нового средства индивидуализации товара, происходящего из определенной территории, - указания происхождения товара и его определение (понятие);

- обосновать необходимость расширения в РФ видов средств индивидуализации товаров, происходящих с определенной территории;

- определить объем предоставляемой указанию происхождения товара правовой охраны и объем исключительного права на него;

- определить правообладателей исключительного права использования указания происхождения товара, основания возникновения исключительного права использования указания происхождения товара;

- по результатам проведенного исследования сформулировать предложения по дополнению правового регулирования отношений, связанных со средствами индивидуализации товаров, происходящих с определенной территории.

Методологической основой диссертационного исследования являются всеобщие (философские) методы, современные общенаучные и частно-научные (специальные) методы, в частности, формально-логический, системно-структурный, исторический, формально-юридический, сравнительно-правовой, метод статистического анализа. Так, с позиций материалистической диалектики средства индивидуализации товара рассматриваются в развитии, в конкретной исторической обстановке, во взаимосвязи с другими правовыми явлениями.

Исторический подход использовался для осмысления причин и целей появления различных видов средств индивидуализации товара, особенностей их законодательного регулирования и правоприменительной практики.

Использование общенаучных методов исследования – анализа, синтеза, системного подхода – обусловлено сложностью объекта исследования. Например, каждый из видов средств индивидуализации рассматривался путем раскрытия его основных признаков, а затем осуществлялся их сравнительный анализ, позволивший сформулировать понятие нового средства индивидуализации товара – указания происхождения товара.

Нормативную базу диссертационного исследования составляют: Конституция Российской Федерации, ГК РФ, федеральные законы и подзаконные акты, международные соглашения (в том числе: Парижская конвенция по охране промышленной собственности, Лиссабонское соглашение об охране наименований мест происхождения и их международной регистрации, Женевский акт Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения, Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах, Регламент ЕС по вопросам правовой охраны географических указаний и наименований мест происхождения

сельскохозяйственных и продовольственных продуктов), нормативные правовые акты зарубежных государств.

Эмпирическую основу, в частности, составляют отечественные и зарубежные опубликованные материалы, в том числе статьи российских и иностранных ученых, содержащие результаты научного анализа применения положений законодательства, документы сессий Постоянного комитета по законодательству в области товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний и иные материалы Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), информационные документы Национальных патентных ведомств и Европейского Союза, справочные материалы ЕАЭС, судебные акты Суда по интеллектуальным правам, практика использования указаний происхождения товара в предпринимательской деятельности.

Теоретическую основу составляют работы следующих авторов: И.А. Близнеца, К. М. Гаврилова, С.А. Горленко, О.А. Городова, А.Н. Григорьева, Е.А. Данилиной, В.А. Дозорцева, В.И. Еременко, Л.Л. Кирий, В.Е. Китайского, А.Д. Корчагина, А.П. Малашко, О. Макаревич, А.Л. Маковского, А.А. Молчановой, В.Я. Мотылевой, В.В. Орловой, В.В. Пироговой, А.П. Сергеева, В.Н. Синельниковой, Л.А. Трахтенгерц, Г.И. Тыцкой, Г.Ф. Шершеневича, О.Ю. Шилохвоста, Г. Боденхаузена, Д. Джевейс (Daniel Gervais), Дж. И. Эвенс (G.E. Evans), М. Блекени (Michael Blakeney), М. Геуз (Matthijs Geuze), Тешеджер В. Дейген (Teshager W. Dagne) и других ученых-юристов.

Научная новизна диссертационного исследования состоит, во-первых, в комплексном и системном исследовании вопроса правового регулирования отношений, связанных со средствами индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, во-вторых, в выявлении нового вида средства индивидуализации товара, происходящего с определенной территории. Постановка неисследованных или недостаточно исследованных актуальных вопросов в области средств индивидуализации товаров позволила по наиболее

важным из них сформулировать теоретические выводы и внести предложения по совершенствованию российского законодательства.

Проведенное диссертационное исследование позволяет автору вынести на защиту следующие положения:

1. Сделан вывод о том, что в качестве средств индивидуализации, используемых для индивидуализации товара, как происходящего с определенной территории, следует различать указание происхождения товара, наименование места происхождения товара и географическое указание.

2. Автором выявлены признаки, характеризующие указание происхождения товара как самостоятельное средство индивидуализации:

- указанием происхождения товара может быть любое обозначение, прямо или косвенно указывающее на определенную территорию его происхождения (на место действительного происхождения) или изготовления товара. При этом под территорией может пониматься и территория географического объекта, и территория административной единицы. Указанный признак обусловлен необходимостью предотвращения использования ложных указаний происхождения товара, способных ввести потребителей в заблуждение относительно истинной территории его происхождения;

- указанное обозначение выражается в словесной и (или) изобразительной (графической) форме; графическая форма, отсутствующая у наименований мест происхождения товаров и географических указаний, также предоставляет потребителю информацию о территории происхождения товара;

- указанное обозначение индивидуализирует товар, свойства которого не обусловлены исключительно или главным образом характерными для данной территории природными условиями и (или) людскими факторами;

- тождественные указания происхождения товара могут индивидуализировать различные товары (их виды), происходящие с определенной территории.

3. Предлагается рассматривать географическое указание и НМПТ как образующие группу обозначений, индивидуализирующих товар, обладающий в

большой или в меньшей степени особыми свойствами/качеством, обусловленными территорией его происхождения, в свою очередь, указание происхождения товара следует рассматривать как обозначение, идентифицирующее товар, как происходящий с определенной территории без связи с особыми свойствами/качеством, репутацией.

4. Проанализировав положения действующих нормативных правовых актов РФ, регламентирующих отношения, складывающиеся в сфере использования обозначений, связанных с определенной территорией его происхождения, а также учитывая всё более расширяющуюся практику использования предпринимателями указанных обозначений, автор считает необходимым включить в перечень охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальная собственность) новый вид средств индивидуализации – указание происхождения товара, дополнив п.1 ст. 1225 ГК РФ подпунктом 17 «указания происхождения товаров».

5. На основании выявленных и описанных признаков указания происхождения товара, автором предлагается ввести в действующее законодательство определение понятия «указания происхождения товара», под которым понимается обозначение, прямо или косвенно указывающее на действительную территорию происхождения или изготовления товара (страна, регион, населенный пункт или иной географический объект, а также территория административной единицы), которое может быть выражено в словесной и (или) графической форме.

6. По результатам проведенного анализа международных актов, актов ближнего зарубежья, регулирующих отношения, связанные с обозначениями, указывающими на территорию происхождения товара, автор предлагает предусмотреть в действующем законодательстве РФ, что исключительное право на указание происхождения товара признается и охраняется при условии его государственной регистрации, осуществляемой на основании заявления, подаваемого лицом, заинтересованным в использовании такого средства

индивидуализации, в уполномоченный орган исполнительной власти соответствующего субъекта РФ.

При этом сделан вывод о том, что существо указания происхождения товара как средства индивидуализации позволяет осуществлять государственную регистрацию по результатам формальной проверки содержащихся в заявлении сведений.

7. Принимая во внимание существо указания происхождения товара как средства индивидуализации, его связь с определенной территорией, на которой многие лица могут производить товары как одного вида, так и разных видов, автор предлагает установить ограничение для исключительного права на указание происхождения товара путем запрета распоряжения исключительным правом.

Автором также предлагается установить, что правовая охрана указания происхождения товара действует бессрочно с момента его государственной регистрации, при этом единственным основанием прекращения правовой охраны указания происхождения товара является прекращение его использования.

8. В качестве обладателей исключительного права на указание происхождения товара, предлагается установить юридических лиц и/или граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность в соответствии с действующим законодательством и являющихся производителями товаров на определенной территории.

9. Для предупреждения незаконного использования указания происхождения товара предлагается дополнить ст.1483 ГК РФ новым пунктом 7¹ следующего содержания:

«Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемыми указаниями происхождения товара в отношении таких же или однородных товаров, за исключением случаев, когда товарный знак регистрируется на имя лица, являющегося правообладателем соответствующего указания происхождения товара».

10. Автором выявлена необходимость установления соотношения прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение с правом на указание происхождения товара, в связи с чем, предлагается:

- дополнить пункт 4 статьи 1473 ГК РФ подпунктом 6 в редакции: «указание происхождения товара, охраняемое в Российской Федерации»;

- статью 1539 ГК РФ дополнить новым пунктом 2¹ в редакции: «Не допускается использование коммерческого обозначения, включающего охраняемое в Российской Федерации указание происхождения товара.».

11. Поскольку автором доказана возможность отнесения указания происхождения товара к средствам индивидуализации товара, связанным с определенной территорией происхождения товара, предлагается параграф 3 главы 76 ГК РФ «Право на наименование места происхождения товара» переименовать на «Право на средства индивидуализации товара, происходящего с определенной территории».

12. В целях более полного урегулирования отношений, связанных со средствами индивидуализации, указывающими на территорию происхождения товара, автором предлагается переименовать статью 1516 ГК РФ «Наименование места происхождения товара» на «Наименование места происхождения товара, географическое указание и указание происхождения товара» и изложить пункт 1 в следующей редакции:

«Обозначению, используемому для индивидуализации товара как происходящего с определенной географической территории, который имеет определенные качества, репутацию и другие характеристики, может быть предоставлена правовая охрана как средству индивидуализации товара, указывающему на географическое место происхождения или изготовления товара (географическое указание). Под географическим местом происхождения или изготовления товара понимается страна, регион, населенный пункт или иной географический объект.

Наименованием места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, представляющее собой либо содержащее

современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, 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. На использование этого наименования может быть признано исключительное право (статьи 1229 и 1519) производителей такого товара.

Положения настоящего пункта соответственно применяются к обозначению, которое позволяет идентифицировать товар как происходящий с территории определенного географического объекта и, хотя не содержит наименования этого объекта, стало известным в результате использования данного обозначения в отношении товара, особые свойства которого отвечают требованиям, указанным в абзаце первом настоящего пункта.

Указанием происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, прямо или косвенно указывающее на действительную территорию происхождения или изготовления товара (страна, регион, населенный пункт или иной географический объект, а также территория административной единицы), выраженное в словесной и (или) графической форме».

13. В целях предоставления правообладателю возможности использовать указание происхождения товара и географическое указание посредством маркировки производимого им товара, предлагается переименовать статью 1520 ГК РФ «Знак охраны наименования места происхождения товара» на «Знак охраны наименования места происхождения товара, географического указания и указания происхождения товара», дополнив абзацем 2 в следующей редакции:

«Обладатель исключительного права на использование географического указания для оповещения потребителей о действительной территории происхождения или изготовления товара вправе помещать на товаре,

маркированном географическим указанием, словесное обозначение «зарегистрированное географическое указание» или «зарегистрированное ГУ».

Обладатель исключительного права на использование указания происхождения товара для оповещения потребителей о действительной территории происхождения или изготовления товара вправе помещать на товаре, маркированном указанием происхождения товара, словесное обозначение «зарегистрированное указание происхождения товара» или «зарегистрированное УПТ».

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что реализация предложенных в данной работе предложений позволит решить ряд теоретических проблем в области средств индивидуализации; сформулировать более четкое представление о различных видах средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, определить их соотношение между собой и выделить среди них новый вид средства индивидуализации – указание происхождения товара с характерными для него признаками; принять во внимание полученные диссертантом результаты в процессе последующих доктринальных изысканий в области средств индивидуализации.

Практическая значимость диссертации определяется возможностью использования содержащихся в ней результатов исследования в законотворческом процессе и правоприменительной практике, а также при оптимизации норм действующего законодательства в сфере реализации и защиты исключительных прав на средства индивидуализации. Совокупность полученных диссертантом результатов может быть использована в преподавании курса гражданского права России, в целом, и в преподавании специального курса, посвященного средствам индивидуализации.

Апробация результатов диссертационного исследования происходила в форме обсуждения полученных результатов, выводов и предложений на заседаниях кафедры промышленной собственности (с 30.11.2015 г. – кафедра

патентного права и правовой охраны средств индивидуализации) Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская государственная академия интеллектуальной собственности» (ФГБОУ ВО РГАИС).

Основные теоретические выводы были обсуждены на заседаниях Школы промышленной собственности ФГБОУ ВО РГАИС, прошли апробацию на IV Международном юридическом форуме «Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики» (26-27 февраля 2016г.), нашли отражение в опубликованных автором научных статьях.

Структура диссертационного исследования. Структура работы соответствует поставленной цели диссертационного исследования и сформулированным в соответствии с ней задачам. Настоящая диссертационная работа состоит из введения, трех глав, включающих в общей сложности 8 параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования; приводится анализ состояния степени ее научной разработанности; определяются объект, предмет, цель, задачи; обозначаются методологические, теоретические, нормативные и эмпирические основы исследования, научная новизна; формулируются положения, выносимые на защиту; устанавливается теоретическая и практическая значимость проводимого диссертационного исследования; приводятся сведения об апробации результатов диссертационного исследования.

Первая глава «Эволюция правового регулирования обозначений, связанных с территорией происхождения товара» содержит три параграфа.

В **первом параграфе** «Появление терминов "указание происхождения товара", "наименование места происхождения товара", "географическое указание", практика их использования» комплексно исследуются вопросы возникновения, развития и практики использования производителями

обозначений, служащих для индивидуализации товара, как происходящего с определенной территории. Под территорией понимается: страна, регион, населенный пункт или иной географический объект, а также территория административной единицы. В результате анализа выявлено, что, начиная с античного периода, у производителей существовала потребность в использовании обозначений, связанных именно с территорией их происхождения. Кроме того, детально рассматриваются примеры использования подобных обозначений. Также приведен анализ соотношения НМПТ с другими средствами индивидуализации: товарными знаками, фирменными наименованиями и коммерческими обозначениями, сертификационными знаками.

Отмечено, что в США регистрация географических указаний предусмотрена законодательством о товарных знаках. По общему правилу, географические указания не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков, но могут регистрироваться как сертификационные знаки. Сертификат может относиться к материалам, методам производства, качеству или географическому происхождению⁹.

Приведен анализ появления правовой охраны НМПТ в России, по результатам которого, сделан вывод о том, что НМПТ использовались производителями товаров на протяжении многих лет до появления правовой регламентации этого средства индивидуализации в связи с принятием в 1992 году закона Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», который утратил свою силу в связи с принятием части 4 ГК РФ.

Одновременно с этим отмечено, что на практике обозначения, используемые для индивидуализации товара, как происходящего с определенной территории, пользовались и пользуются по настоящее время у производителей достаточно большой популярностью, однако, выявлено отсутствие единого подхода к разграничению трех обозначений, используемых производителями

⁹ Evans, Gail E. A comparative analysis of the protection of geographical indications in the European Union and the United States under sui generis and trademark systems / Gail E. Evans // Intellectual property in Common Law and Civil Law. – The Editor and Contributors Severally. – 2013.- P. 248-299.

товаров: указаний происхождения товара, наименований места происхождения товара и географических указаний.

Во **втором параграфе** «Правовая регламентация указаний происхождения товара, НМПТ, географических указаний на уровне стран ближнего зарубежья» проводится детальный анализ нормативных актов отдельных стран ближнего зарубежья, правовой системой которых предусмотрен порядок предоставления правовой охраны указаниям происхождения товара, наименованиям мест происхождения товара и географическим указаниям. По результатам исследования в рамках второго параграфа первой главы выявлено, в частности, что Украина, Республика Беларусь, Республика Таджикистан, Республика Молдова, Республика Армения имеют специальные законы, посвященные регламентации предоставления правовой охраны указанным средствам индивидуализации.

Однако отмечено, что в странах ближнего зарубежья также отсутствует единый подход к правовому регулированию отношений, связанных с указаниями происхождения товара, географическими указаниями и НМПТ. В частности, в Законе Республики Беларусь от 17 июля 2002 года № 127-3 «О географических указаниях» и в Законе Республики Таджикистан от 03.07.2012г. № 855 «О географических указаниях» определено, что понятие «географическое указание» включает понятия «указание происхождения товара» и «наименование места происхождения товара», что позволяет считать географическое указание обобщающим (родовым) термином, необходимым для более четкого определения входящих в него видов географических указаний и их правовых режимов.

Одновременно с этим установлено, что в соответствии с Законом Республики Молдова от 27 марта 2008 года №66-XVI «Об охране географических указаний, наименований мест происхождения и гарантированных традиционных продуктов» и Законом Республики Армения от 22.05.2010 г. №ЗР-60 «О географических указаниях» правовая охрана предоставляется только географическим указаниям и НМПТ. В результате чего указанные страны не предусматривают в качестве самостоятельного средства индивидуализации –

указания происхождения товара. При этом отсутствует выделение общего термина «географическое указание», которое включало бы в себя «указания происхождения товара» и «НМПТ», как это предусмотрено законодательством Республики Беларусь.

При этом Закон Украины от 16 июня 1999 года № 752-XIV «Об охране прав на указание происхождения товаров», определяет, что понятие «указание происхождения товара» включает «простое указание происхождения товара» и «квалифицированное указание происхождения товара». В свою очередь, «квалифицированное указание происхождения товара» включает «название места происхождения товара» (соответствует НМПТ в РФ) и «географическое указание происхождения товара». В связи с чем подход законодательства Украины к правовому регулированию отношений, связанных с использованием обозначений, связанных с территорией происхождения товара, представляется наиболее правильным ввиду разделения указанных обозначений на 2 группы: 1) «простое указание происхождения товара», которое используются только для идентификации действительного места происхождения товара; 2) «географические указания...» и «названия места происхождения...» - обозначения, необходимые для индивидуализации товара, как происходящего из определенной территории, но обладающего определенным качеством, репутацией/особыми свойствами, обусловленными природными условиями и (или) человеческим фактором.

Третий параграф «Правовая регламентация указаний происхождения товара, НМПТ, географических указаний на международном уровне» посвящен комплексному исследованию международных нормативных актов, затрагивающих область правовой охраны указаний происхождения товара, наименований мест происхождения и географических указаний, в частности: Парижской конвенции об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года; Мадридского соглашения «О пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах» от 14 апреля 1891г.; Лиссабонского соглашения «Об охране наименований мест происхождения и их

международной регистрации» от 31 октября 1958г.; Женевского акта Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях от 20.05.2015г.; Регламента ЕС от 20 марта 2006 г. № 510/2006 «Об охране географических указаний и наименований мест происхождения сельскохозяйственных и продовольственных продуктов» и др.

Автором установлено, что важным нововведением в международной практике использования обозначений, связанных с территорией происхождения товара, является принятие на Дипломатической конференции по пересмотру международной системы регистрации наименований, определяющих место происхождения товаров Женевского акта Лиссабонского соглашения о наименованиях мест происхождения и географических указаниях (далее - Акт) от 20.05.2015г.

Предполагается, что вступление в силу данного Акта расширяет сферу действия Лиссабонского соглашения посредством распространения правовой охраны на географические указания наряду с наименованиями мест происхождения.

Таким образом, в соответствии с Актом, необходимо различать, что под «наименованием места происхождения» понимается любое наименование, охраняемое в любом государстве – участнике Акта, являющееся названием географического района или иного наименования, известное как указание на такой район, или содержащее такое название или такое наименование, которое служит для обозначения товара как происходящего из этого географического района, когда качество или свойства товара обусловлены исключительно или главным образом географической средой, включая природные или людские факторы, и которое создало этому товару его репутацию (как видно, данное определение практически совпадает с определением наименования места происхождения, содержащимся в Лиссабонском Соглашении).

«Географическое указание» понимается как любое указание, охраняемое в любом государстве – участнике Акта, являющееся названием географического района или иного указания, известного как указание на такой район, или

содержащее такое название или такое иное указание, которое идентифицирует товар как происходящий из этого географического района, когда определенное качество, репутация или иное свойство товара обусловлены главным образом его географическим происхождением.

При этом указано, что географический район может охватывать либо всю территорию государства – участника Акта, либо район, местность или место в государстве – участнике Акта.

Для предоставления правовой охраны географическому указанию предусмотрена обязательная регистрационная система так же, как и в отношении наименования места происхождения.

Автором также рассмотрены положения ТРИПС, регламентирующие правовую охрану географических указаний, в результате чего приведено основное отличие охраняемого в России НМПТ от географического указания, не подлежащего правовой охране в соответствии с нормами отечественного законодательства, которое заключается в обязательном наличии у товара, маркированного НМПТ особых свойств, которые подтверждаются заключением уполномоченного органа исполнительной власти, в свою очередь, для географических указаний характерно качество/репутация либо другие характеристики, подтверждение которых заключением компетентного органа не требуется. Как справедливо отмечается в литературе, «требования, которым должно отвечать географическое указание, менее строги по сравнению с теми, которые предъявляются к НМПТ Лиссабонским соглашением и нашим законодательством»¹⁰.

В соответствии с вышеизложенным и на основании анализа международных нормативных актов, регулирующих сферу правоотношений, складывающихся по поводу использования средств индивидуализации товара, происходящего с определенной территории, диссертантом сделан вывод, что указанная группа обозначений, пользуется достаточно большой популярностью на международном

¹⁰ Комментарий к Гражданскому Кодексу Российской Федерации части четвертой (постатейный) / В. О. Калятин, О. М. Козырь, А. Д. Корчагин, А. Л. Маковский, В. В. Орлова и др.; под ред. к.ю.н. Л. А. Трахтенгерц. – М.: ИНФРА-М, КОНТРАКТ, 2009. – С. 726 (автор комментария – А.Л. Маковский).

уровне. Одновременно с этим отмечено отсутствие единообразного толкования соотношения трех обозначений - указаний происхождения товара, наименований мест происхождения и географических указаний.

Вторая глава «Средства индивидуализации в РФ» включает в себя два параграфа.

В первом параграфе «Правовое регулирование средств индивидуализации товаров, работ и услуг» анализируются положения действующего законодательства РФ, предусматривающие правовую охрану товарных знаков/знаков обслуживания, наименований мест происхождения товара.

Отмечено, что товарные знаки/знаки обслуживания являются обозначениями, служащими для индивидуализации товаров/работ/услуг юридических лиц либо индивидуальных предпринимателей. В отношении товарных знаков/знаков обслуживания предусмотрена их государственная регистрация, на основании которой возникает исключительное право на данное средство индивидуализации. Правообладатель может распоряжаться принадлежащим ему исключительным правом в отношении товарного знака/знака обслуживания.

В свою очередь, НМПТ также являются обозначениями, индивидуализирующими товар, но при этом как товар, происходящий из определенного географического региона (географического объекта), обладающий особыми свойствами, которые обусловлены природными условиями и/или людскими факторами.

Установлено, что связь особых свойств товара с территорией его происхождения (в границах географического объекта) является основным отличием НМПТ от указания происхождения товара. В связи с чем автор приходит к выводу о том, что указания происхождения товара как средства индивидуализации необходимо использовать в том случае, когда правовая охрана в рамках смысла, заложенного в п.1 ст. 1516 ГК РФ, невозможна по каким-либо причинам (отсутствие особых свойств; происхождение товара/его производство товара в границах определенной территории – может быть в границах

географического объекта и территории административной единицы; обозначение выражено в графической форме или в комбинированной форме – словесной и графической; указанием происхождения товара могут маркироваться неоднородные товары, но которые произведены на одной и той же определенной территории).

Во **втором параграфе** «Правовое регулирование средств индивидуализации юридических лиц и предприятий» рассмотрен вопрос правового регулирования фирменных наименований и коммерческих обозначений в соответствии с частью 4 ГК РФ, служащих для индивидуализации юридических лиц и предприятий.

Данный вопрос рассматривался в контексте темы диссертации в целях выявления положений, регламентирующих использование в этих видах средств индивидуализации обозначений, связанных с названиями территорий. Автор пришел к выводу, что в ГК РФ установлены определенные основания для предоставления правовой охраны фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям, а также регламентирован порядок соотношения права на коммерческое обозначение с правами на фирменное наименование и товарный знак, прав на фирменное наименование с правами на коммерческое обозначение и на товарный знак/знак обслуживания, однако, отсутствуют положения, предусматривающие использование названий географических объектов, названий территорий – указаний происхождения в составе указанных средств индивидуализации. Одновременно с этим выявлено, что также остаётся не урегулированным вопрос возможности включения НМПТ в фирменные наименования организаций, которые не являются правообладателями НМПТ. Таким образом, устранение указанного выше пробела в действующем законодательстве РФ может представлять собой достаточно актуальную и интересную тему дальнейшего исследования.

Также рассмотрен вопрос использования на практике средств индивидуализации, не подлежащих правовой охране в соответствии с законодательством РФ. В частности, рассмотрены средства индивидуализации некоммерческих организаций и указания происхождения товара.

По результатам анализа обосновывается необходимость предоставления в РФ правового статуса указанию происхождения товара как самостоятельному средству индивидуализации, наряду с НМПТ и географическими указаниями, ввиду широкой практики их использования производителями товаров.

При этом географические указания и НМПТ представляют собой обозначения, которые в определенной степени связывают наличие особых свойств/качества, репутации товара с определенной территорией его происхождения. В свою очередь, указания происхождения товара стоят несколько в стороне, обособленно от них и представляют собой отдельную группу обозначений, индивидуализирующих товар, как происходящий с определенной территории (страны, региона, населенного пункта или иного географического объекта, а также территории административной единицы). Однако в этом случае отсутствует связь между территорией происхождения товара и свойствами/качествами, репутацией товара. При этом выявлено, что основной целью использования производителями указаний происхождения товара является информирование потребителя о действительной территории происхождения товара.

В этой связи автором обоснована необходимость совершенствования действующего законодательства РФ посредством введения нового средства индивидуализации, указывающего на территорию происхождения товара – указаний происхождения товара.

В результате проведенного исследования автором также выявлено, что действующее законодательство РФ устанавливает определенные основания для предоставления правовой охраны фирменным наименованиям и коммерческим обозначениям, при этом в ГК РФ отсутствуют положения, связанные с возможностью использования названий географических объектов, названий территорий в составе фирменных наименований и коммерческих обозначений.

Третья глава «Указание происхождения товара как объект правовой охраны» включает в себя три параграфа, в которых автором предпринята попытка сформулировать предложения по внесению дополнений в действующее

законодательство РФ в связи с предложением о введении в перечень охраняемых результатов интеллектуальной собственности и средств индивидуализации нового объекта – указания происхождения товара.

В первом параграфе «Понятие, виды и основные признаки указания происхождения товара» автор выделил виды и основные признаки указанного средства индивидуализации, на основании чего сформулировал понятие нового средства индивидуализации – указания происхождения товара, под которым предложено понимать обозначение, прямо или косвенно указывающее на действительную территорию происхождения или изготовления товара (страна, регион, населенный пункт или иной географический объект, а также территория административной единицы), выраженное в словесной и (или) графической форме.

Отмечены явные отличия указания происхождения товара от НМПТ и географического указания:

- отсутствие такого признака, как наличие обязательной связи особых свойств/качеств, репутации товара с территорией его происхождения и (или) человеческими факторами;

- под «действительной территорией происхождения или изготовления товара» понимается граница географического объекта и территория административной единицы;

- указание происхождения товара может быть выражено как в словесной, так и в изобразительной (графической) форме либо в комбинированной форме (сочетание словесной и графической формы);

- указанием происхождения товара в отличие от НМПТ могут маркироваться неоднородные товары, например: суздальское молоко, суздальские сувениры.

Также приведены примеры словесной формы отображения (выражения) указаний происхождения товара («сделано в России», «сделано в Иваново»), графической формы (изображения известных зданий, памятников, в том числе культовых, региональных гербов), при этом сделан вывод о том, что

использование комбинированной формы обозначения указания происхождения товара (сочетание словесной и графической) представляется наиболее эффективным инструментом информирования потребителя об истинном месте происхождения товара.

Во втором параграфе «Исключительное право на указание происхождения товара: содержание и субъекты» автором предложено признать действие исключительного права на новое средство индивидуализации. В связи с этим обосновано, что в качестве субъектов этого права должны выступать граждане и/или юридические лица, при этом выявлено, что указанные лица должны заниматься предпринимательской деятельностью, т.к. именно этот субъектный состав заинтересован в использовании указаний происхождения товара в качестве средств индивидуализации для привлечения потребителей и продвижения производимого ими товара.

Также отмечено, что исключительное право на указание происхождения товара заключается в возможности использования этого обозначения любыми разрешенными законом способами, при этом распоряжение таким правом не допускается, т.к. предполагается, что любой производитель, заинтересованный в использовании указаний происхождения товара, может самостоятельно приобрести исключительное право на уже зарегистрированное указание происхождения товара.

В связи с чем предлагается, что соответствующий орган исполнительной власти, осуществляющий государственную регистрацию указания происхождения товара, должен вести Государственный Реестр указаний происхождения товара (в своей части) для возможности ознакомления с ним потенциальных товаропроизводителей.

Предполагается, что целесообразно создать указанный Реестр по примеру Индии¹¹, который будет состоять из двух частей, первая содержит сведения об указаниях происхождения товара, права на которые принадлежат лицам, их

¹¹ Еременко, В. И. Законодательство Индии об интеллектуальной собственности / В. И. Еременко // Законодательство и экономика. - 2015. - №№ 6, 7.

зарегистрировавшим, вторая часть содержит сведения о лицах, получивших право использовать уже зарегистрированные указания происхождения товара.

Автором предложено с целью оповещения потребителей предоставить правообладателю возможность использовать указание происхождения товара посредством маркировки производимого им товара. В связи с чем представляется необходимым переименовать статью 1520 ГК РФ «Знак охраны наименования места происхождения товара» на «Знак охраны наименования места происхождения товара, географического указания и указания происхождения товара», дополнив, соответственно, абзацем 2 в следующей редакции:

«Обладатель исключительного права на использование географического указания для оповещения потребителей о действительной территории происхождения или изготовления товара вправе помещать на товаре, маркированном географическим указанием, словесное обозначение.

Обладатель исключительного права на использование указания происхождения товара для оповещения потребителей о действительной территории происхождения или изготовления товара вправе помещать на товаре, маркированном указанием происхождения товара, словесное и (или) графическое обозначение».

В третьем параграфе «Основания возникновения и прекращения правовой охраны указания происхождения товара, исключительного права на указание происхождения товара» автор предлагает установить, что правовая охрана указания происхождения товара будет возникать с момента государственной регистрации этого обозначения уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта РФ, на основании которой будет предоставляться исключительное право на зарегистрированное указание происхождения товара.

При этом выявлено, что заявка на указание происхождения товара (под которой подразумевается заявка на государственную регистрацию указания происхождения товара и на предоставление исключительного права на его использование/заявка на предоставление исключительного права на

использование уже зарегистрированного указания происхождения товара) должна проходить только формальную экспертизу. Ограничение проведением только формальной экспертизы обосновано различиями в правовой природе НМПТ и указаний происхождения товара.

Автором также отмечено, что правовая охрана указания происхождения товара должна действовать бессрочно и прекращаться только в случае прекращения использования этого указания.

В **Заключении** подводятся краткие итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы и результаты исследования, обозначаются направления дальнейших теоретических разработок в рамках рассматриваемой темы, среди которых, в частности, исследование вопроса соотношения прав на НМПТ, указание происхождения товара с правами на фирменное наименование и коммерческое обозначение.

Статьи, опубликованные в изданиях, включенных в перечень ведущих рецензируемых научных журналов, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки Российской Федерации:

1. Широкова О. Ю. Указания происхождения товара: опыт Украины, Белоруссии и Таджикистана / О. Ю. Широкова // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - 2013. - № 10. – С. 45-49. 0,34 п. л.

2. Широкова О. Ю. Правовая охрана географических указаний и наименований мест происхождения товаров / О. Ю. Широкова // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - 2014. - № 6. - С. 24-30. 0,5 п. л.

3. Широкова О. Ю. Федеральный закон от 12.03.2014 № 35-ФЗ: что изменилось в отношении наименований мест происхождения товаров / О. Ю. Широкова // Биржа интеллектуальной собственности. - 2014. - № 8. – С. 11-14. 0,3 п. л.

4. Широкова О. Ю. Охрана географических указаний несельскохозяйственной продукции в ЕС / О. Ю. Широкова // Биржа интеллектуальной собственности. - 2015. - № 10. – С. 10-12. 0,26 п. л.

5. Широкова О. Ю. Расширение пределов действия Лиссабонского соглашения об охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации / О. Ю. Широкова // Биржа интеллектуальной собственности. - 2015. - № 11. – С. 9-12. 0,36 п. л.

Статьи в иных научных изданиях:

6. Широкова О. Ю. Географические указания и наименования мест происхождения в соответствии с законодательством Республики Молдова и Республики Армения [Электронный ресурс] / О. Ю. Широкова // Журнал Суда по интеллектуальным правам. – 2015. – № 10 (декабрь 2015). – С. 56-61. - Режим доступа: <http://ipcsmagazine.ru/jurnal/journal122015.pdf> (дата обращения: 30.12.2015). 0,55 п. л.

7. Широкова О. Ю. Указания происхождения товара, географические указания и наименования места происхождения товарам [Электронный ресурс] / О. Ю. Широкова // Сборник материалов IV Международного юридического форума «Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики». – 2016. - С. 235-237. - Режим доступа: <http://msal.ru/common/upload/Sbornik.pdf> (дата обращения: 01.03.2016). 0,19 п. л.