

Дата поступления рукописи в редакцию: 10.07.2026 г.  
Дата принятия рукописи в печать: 01.08.2026 г.

DOI: 10.24412/2076-1503-2026-8-397-400

**БАРЫШЕВ Сергей Александрович**,  
доцент кафедры гражданского права Казанского филиала  
ФГБОУВО «Российский государственный университет  
правосудия имени В.М. Лебедева», кандидат юридических  
наук, доцент, SPIN-код: 2208-3260, AuthorID: 269620,  
e-mail: barsh1976@yandex.ru

## КОММЕРЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ

**Аннотация.** Актуальность исследования расширением судебной практики, связанной с защитой прав на средства индивидуализации, в том числе и на коммерческие обозначения, а также отсутствием подробного нормативно-правового регулирования отношений, опосредующих использование коммерческих обозначений. Цель исследования состоит в раскрытии основных теоретических подходов и тенденций правоприменительной практики в сфере определения признаков коммерческого обозначения и его соотношения с другими средствами индивидуализации. Работа выполнена с применением аналитического, логического, формально-юридического, системного методов. В работе, во-первых, обоснована специфика законодательного урегулирования отношений, связанных с использованием коммерческих обозначений. Во-вторых, в работе раскрываются отдельные признаки коммерческих обозначений с учетом его юридической сущности. В работе делается вывод о том, что судебная практика играет ведущую роль в формировании содержания признаков коммерческих обозначений и стандартов их доказывания.

**Ключевые слова:** коммерческое обозначение, товарный знак, средство индивидуализации, фирменное наименование, исключительное право.

**BARYSHEV Sergej Aleksandrovich**,  
Associate Professor of the Department of Civil Law of the  
Kazan Branch of FSBEI HE "Russian State University of Justice",  
Candidate of Legal Sciences, Associate Professor

## COMMERCIAL DESIGNATION WITHIN THE SYSTEM OF MEANS OF INDIVIDUALIZATION

**Annotation.** The relevance of this study is due to the growing body of judicial practice concerning the protection of rights to means of individualization, including commercial designations, as well as the absence of comprehensive statutory regulation governing legal relations arising from the use of commercial designations.

The purpose of the study is to examine the principal theoretical approaches and trends in judicial practice regarding the identification of the defining characteristics of a commercial designation and its relationship with other means of individualization. The research employs analytical, logical, formal legal, and systemic methods. First, the paper substantiates the specific features of the legislative regulation of legal relations associated with the use of commercial designations. Second, it identifies and examines the distinctive characteristics of commercial designations in light of their legal nature. The study concludes that judicial practice plays a decisive role in shaping the legal criteria of commercial designations and the standards of proof applicable to disputes concerning their protection.

**Key words:** commercial designation; trademark; means of individualization; trade name; exclusive right

Коммерческое обозначение относится к числу средств индивидуализации, правовой режим которых остается наименьшим образом, детализированным в российском гражданском законодательстве. Если возникновение исключительного права на товарный знак поставлено в зависимость от государственной регистрации, а право на фирменное наименование связывается с государственной регистрацией юридического лица, то применительно к коммерческому обозначению законодатель использовал иную модель. Исключительное право возникает без прохождения административной процедуры [1, с. 43], что предполагает необходимость установления совокупности фактических обстоятельств, свидетельствующих о существовании самостоятельного объекта интеллектуальных прав.

Такое решение существенно расширяет пределы судебного усмотрения. Статьи 1538–1541 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) [2] определяют лишь общие признаки коммерческого обозначения, не раскрывая критерии его известности, момент возникновения исключительного права, территориальные пределы действия правовой охраны и требования к доказательствам, подтверждающим приобретение обозначением различительной способности [3, с. 34]. Отсутствие нормативной конкретизации обусловило формирование соответствующих критериев судебной практикой.

Наиболее сложной остается проблема определения момента возникновения исключительного права. Законодатель не связывает его ни с началом предпринимательской деятельности, ни с изготовлением вывески, ни с первым использованием обозначения в рекламе. Вместе с тем именно установление даты возникновения права приобретает решающее значение при рассмотрении споров о приоритетном характере соотношения коммерческого обозначения, фирменного наименования и товарного знака. Таким образом, принятие решения об отказе в защите лицу, ссылающемуся на обладание им исключительным правом на коммерческое обозначения, либо отказа в предоставлении правовой охраны уже зарегистрированному ранее товарному знаку, ставится в прямую зависимость от правильного разрешения данного вопроса.

Именно здесь проявляется первый пробел законодательного регулирования. Статья 1539 ГК РФ связывает возникновение исключительного права с приобретением коммерческим обозначением достаточной известности на определенной территории, однако не раскрывает содержание самой категории «известность». Второй пробел заключается в том, что российское законодатель-

ство не устанавливает непосредственно момент возникновения исключительного права. В частности, остается неясным будет этот момент связан с началом использования обозначения либо же в качестве такого будет выступать момент приобретения обозначением известности.

Отсутствуют в законе и нормативные критерии определения территории действия исключительного права на обозначение. Норма закона, устанавливающая необходимость определения факта известности коммерческого обозначения в пределах определенной территории, в то же время не позволяет установить, каким образом должны определяться соответствующие территориальные границы.

Отсутствие в статье 1539 ГК РФ детально-го регулирования условий возникновения исключительного права неизбежно поставило перед судами задачу определения юридических фактов, наличие которых свидетельствует о существовании самостоятельного объекта интеллектуальных прав.

Примером может служить правовая позиция, сформированная при рассмотрении дела № А76-28525/2022 [4], в рамках которого был поставлен вопрос о соотношении исключительного права на товарный знак, принадлежащего истцу и права на коммерческое обозначение «КОРЕЕЦ», принадлежащее ответчику. Рассматривая спор, судебные инстанции ответили на вопрос, который непосредственно не урегулирован гражданским законодательством: в какой момент коммерческое обозначение приобретает качество самостоятельного объекта интеллектуальных прав. Из содержания судебного акта следует, что использование обозначения рассматривается лишь как исходный элемент более сложного юридического состава. Само по себе размещение словесного обозначения на фасаде здания, в рекламной продукции либо в сети Интернет не свидетельствует о возникновении исключительного права. Такое использование может характеризовать хозяйственную деятельность предпринимателя, однако еще не означает возникновения объекта интеллектуальных прав, подлежащего судебной защите.

Юридическое значение приобретает способность обозначения выполнять функцию индивидуализации предприятия. Возникновение права обусловлено достижением обозначением такого уровня известности, который позволяет ему выполнять функцию индивидуализации предприятия. Следовательно, между первым использованием обозначения и возникновением исключительного права может существовать значительный временной промежуток. При этом в случае правильно юридически оформленной передачи

принадлежащего первоначальному правообладателю предприятия ответчику, возможен и переход исключительного права на коммерческое обозначение, срок начала использования которого определяется временем начала его использования именно первоначальным правообладателем. Вместе с тем закон не требует, какой либо регистрации самого предприятия, как имущественного комплекса для доказывания факта возникновения права на коммерческое обозначение [5, с. 123].

Из анализа дела № А76-28525/2022 следует еще один вывод, имеющий методологическое значение. Суд фактически отказался от презумпции возникновения исключительного права вследствие длительного использования обозначения. Значение в данном случае будет иметь не продолжительность использования обозначения сама по себе, а наличие взаимосвязи между сроком использования и известностью обозначения среди потребителей.

Современная судебная практика свидетельствует также и том, что совпадение отдельных охраняемых элементов вовсе не означает совпадения различных средств индивидуализации, в отношении которых устанавливаются самостоятельные правовые режимы [6, с. 229].

Примером может служить правовая позиция, изложенная в деле № А41-38164/2025 [7], относительно использования словесных обозначений «СМАРТ» и «СМАРТ СЕРВИС», которые можно отнести к широко распространенным словесным элементам.

Истцы ссылались на использование обозначения «СМАРТ» в качестве элемента фирменного наименования и коммерческого обозначения, полагая, что регистрация ответчика с аналогичным словесным элементом создает вероятность смешения среди потребителей. Вместе с тем суд обратил внимание на необходимость разграничения охраны словесного элемента как такового и охраны конкретного средства индивидуализации.

Фактически СИП РФ исходил из того, что правовая охрана предоставляется не отдельному слову, а обозначению в целом, способному выполнять индивидуализирующую функцию. Наличие совпадающего элемента еще не свидетельствует о сходстве средств индивидуализации до степени смешения. При разрешении спора подлежат исследованию особенности восприятия обозначений потребителями, характер осуществляемой деятельности, степень различительной способности используемых словесных элементов и вероятность возникновения ошибочного представления о принадлежности соответствующих услуг одному хозяйствующему субъекту.

Иной аспект рассматриваемой проблемы от-

ражен в деле № СИП-9/2026 [8], связанном с конкуренцией коммерческого обозначения и знака обслуживания. В данном случае предметом судебного исследования являлось не столько сходство обозначений, сколько определение момента возникновения соответствующих исключительных прав.

Правовая позиция суда по данному делу демонстрирует принципиальное различие между регистрационной и фактической моделями возникновения права. Исключительное право на товарный знак возникает вследствие государственной регистрации. Исключительное право на коммерческое обозначение возникает в результате фактического использования обозначения и приобретения им известности. Следовательно, вопрос о приоритете не может быть разрешен посредством простого сопоставления дат регистрации либо создания соответствующих хозяйствующих субъектов.

Суд исследовал вопрос о том, возникло ли право на коммерческое обозначение ранее даты приоритета знака обслуживания. Таким образом, была подтверждена правовая позиция о том, что при условии более раннего возникновения исключительного права коммерческое обозначение способно препятствовать предоставлению правовой охраны товарному знаку.

Сопоставление трех рассмотренных дел позволяет выявить общую закономерность развития судебной практики. Во всех случаях центральное значение приобретает не формальное совпадение словесных элементов и не юридический титул правообладателя, а способность обозначения выполнять индивидуализирующую функцию в гражданском обороте.

Приведенные судебные дела позволяют сделать вывод о формировании единой методологии разрешения споров, связанных с коммерческими обозначениями. Суд не ограничивается исследованием юридических оснований возникновения исключительного права.

Такой подход представляется обоснованным. Коммерческое обозначение возникает не вследствие совершения юридически значимого действия в форме регистрации, а вследствие его фактического признания участниками гражданского оборота. По этой причине и защита соответствующего права строится вокруг исследования фактических обстоятельств хозяйственной деятельности, а не исключительно юридических документов, подтверждающих статус правообладателя.

Прежде всего, судебные инстанции определили, что известность представляет собой не количественный показатель, а юридически значимое

качество обозначения, позволяющее ему выполнять функцию индивидуализации предприятия, в результате его систематического использования среди потребителей.

Не менее существенным является определение момента возникновения исключительного права. Исследованные судебные дела позволяют утверждать, что суд фактически связывает возникновение исключительного права с завершением процесса формирования различительной способности обозначения среди потребителей.

Соответственно усилилась и необходимость судебного доказывания самостоятельного значения коммерческого обозначения в хозяйственном обороте. Простое «разовое» использование коммерческого обозначения, тем более в отсутствие связи именно с использованием в коммерческом обороте, перестало рассматриваться в качестве однозначного доказательства возникновения исключительного права.

Если ранее основное внимание уделялось вопросам фонетического, графического и смыслового сходства словесных элементов, то современная практика исследует, прежде всего, способность обозначения выполнять индивидуализирующую функцию применительно к конкретному предприятию и вероятность возникновения ошибочных представлений у потребителей относительно источника происхождения товаров или услуг.

#### Список литературы:

[1] Сергеева, Н. Ю. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия (имущественного комплекса): история и современность / Н. Ю. Сергеева, И. А. Черныховский // Копирайт (вестник Академии интеллектуальной собственности). – 2025. – № 2. – С. 38-46.

[2] "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024) // Собрание законодательства РФ, 25.12.2006, № 52 (1 ч.), ст. 5496.

[3] Дашин, А. В. Проблема защиты прав на коммерческое обозначение / А. В. Дашин, К. С. Жихарева // Право и государство: теория и практика. – 2024. – № 4(232). – С. 34-36.

[4] Постановление Суда по интеллектуальным правам от 13.04.2026 N C01-229/2026 по делу N A76-28525/2022 // СПС "Консультант плюс".

[5] Елфимова, Е. В. Правовой режим предприятия по российскому гражданскому законодательству / Е. В. Елфимова, Н. А. Свалова // Российский юридический журнал. – 2023. – № 5(152). – С. 120-126.

[6] Тальянский, Ю. С. Соотношение исключительных прав на фирменное наименование и коммерческое обозначение / Ю. С. Тальянский // Вопросы российского и международного права. – 2022. – Т. 12, № 8-1. – С. 228-234.

[7] Постановление Суда по интеллектуальным правам от 09.06.2026 N C01-650/2026 по делу N A41-38164/2025 // СПС "Консультант плюс".

[8] Решение Суда по интеллектуальным правам от 15.05.2026 по делу N СИП-9/2026 // СПС "Консультант плюс".

#### References:

[1] Sergeeva, N. Yu. Commercial designation as a means of individualization of an enterprise (property complex): history and modernity/N. Yu. Sergeeva, I. A. Chernykhovsky // Copyright (Bulletin of the Academy of Intellectual Property). – 2025. – № 2. – S. 38-46.

[2] "Civil Code of the Russian Federation (Part Four)" dated 18.12.2006 N 230-FZ (as amended on 22.07.2024) // Collection of Legislation of the Russian Federation, 25.12.2006, No. 52 (1 part), Art. 5496.

[3] Dashin, A. V. The problem of protecting rights to commercial designation/A. V. Dashin, K. S. Zhikhareva // Law and state: theory and practice. – 2024. – № 4(232). – S. 34-36.

[4] Intellectual Property Court ruling of 13.04.2026 N C01-229/2026 in case N A76-28525/2022 // SPS "Consultant Plus".

[5] Elfimova, E.V. Legal regime of the enterprise under Russian civil law/E.V. Elfimova, N.A. Svalova // Russian legal journal. – 2023. – № 5(152). – S. 120-126.

[6] Talyansky, Yu. S. Ratio of exclusive rights to corporate name and commercial designation/Yu. S. Talyansky // Issues of Russian and international law. – 2022. – T. 12, NO. 8-1. – S. 228-234.

[7] Intellectual Property Court ruling of 09.06.2026 N C01-650/2026 in case N A41-38164/2025 // SPS "Consultant Plus".

[8] Decision of the Intellectual Property Court of 15.05.2026 in case No. SIP-9/2026 // SPS "Consultant Plus".

