

Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

MAQSUT NARIKBAYEV UNIVERSITY

ЖАНАДИЛОВ БАУЫРЖАН ЕРЛАНОВИЧ

**Правовые аспекты использования товарных знаков,
фирменных наименований и доменных имен в условиях
цифровизации в Казахстане**

**образовательная программа 7M04210 – «Право интеллектуальной
собственности и бизнеса»**

**Магистерский проект на соискание академической степени
магистра права**

Астана, 2025 год

MMU Research Archive

Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

MAQSUT NARIKBAYEV UNIVERSITY

«Допущен к защите»

Руководитель/координатор программы

«__» _____ 20__ г.

МАГИСТЕРСКИЙ ПРОЕКТ

**На тему: «Правовые аспекты использования товарных знаков,
фирменных наименований и доменных имен в условиях
цифровизации в Казахстане»**

**по образовательной программе 7M04210 – «Право
интеллектуальной собственности и бизнеса»**

Выполнил:

Б.Е. Жанадилов

Научный руководитель:

д.ю.н. С.К. Идрышева

Астана, 2025 год

MMU Research Archive

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель/координатор программы

«__» _____ 20__ г.

Календарный план подготовки магистерского проекта

Наименование этапов проекта	Срок	Фактический срок выполнения	Степень готовности выполненного этапа проекта	Подпись Магистранта	Подпись научного руководителя
Осуществление обзора литературы и практических материалов	10. 2024	11.2024	100%		
Разработка методологии	11. 2024	11.2024	100%		
Сбор и обработка данных	11. 2024	02.2025	100%		
Анализ и интерпретация полученных результатов	02. 2025	02.2025	100%		
Разработка рекомендаций по проекту	03. 2025	03.2025	100%		
Подготовка введения и заключения	03. 2025	03.2025	100%		
Оформление диссертаций (проекта): Подготовка I раздела	03. 2025	03.2025	100%		

проекта					
Подготовка II раздела проекта	04. 2025	04.2025	100%		
Подготовка III раздела проекта	04. 2025	04.2025	100%		
Получение отзыва научного руководителя	05. 2025	05.2025	100%		
Подготовка доклада, наглядных пособий и презентации	05. 2025	05.2025			
Защита магистерской диссертаций (проекта)	05 .2025	05.2025			

Научный руководитель магистерского проекта

д.ю.н. Идрышева С.К. _____
(Ф.И.О., должность и подпись)

План принял к исполнению Жанадилов Б.Е. _____
(Ф.И.О. и подпись магистранта)

СОДЕРЖАНИЕ:

Введение	6
РАЗДЕЛ 1. Правовые основы регулирования средств индивидуализации и доменных имен в условиях цифровизации в Казахстане	13
1.1. Понятие, правовая природа и особенности регулирования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в Казахстане и в Международном финансовом центре Астана.	13
1.1.1. Товарный знак	18
1.1.2. Фирменное наименование	21
1.1.3. Доменное имя	22
Вывод	
1.2. Влияние цифровизации на средства индивидуализации: правовые вызовы и пробелы.	27
Вывод	
РАЗДЕЛ 2. Конфликты между товарными знаками, фирменными наименованиями и доменными именами	32
2.1. Причины и типология конфликтов: конкуренция между средствами индивидуализации и доменными именами	32
2.2. Проблемы правоприменения в Казахстане: анализ судебных решений и их значение для формирования правовой позиции	33
Вывод	
РАЗДЕЛ 3. Международный опыт регулирования и защиты средств индивидуализации и доменных имен	46
3.1. Международные соглашения и стандарты в области средств индивидуализации и доменных имен	46
3.2. Зарубежная судебная практика: анализ ключевых дел	48
3.3. Перспективы применения международного опыта в правоприменительной практике Казахстана	52
Вывод	
Заключение	55
Библиография	57

MMU Research Archive

ВВЕДЕНИЕ

С 2016 года наблюдается значительный рост числа судебных споров по гражданским делам в области интеллектуальной собственности¹, включая нарушения исключительных прав на средства индивидуализации, в частности на *фирменные наименования и товарные знаки*. Одним из наиболее распространённых способов нарушения является регистрация доменных имен, идентичных или сходных до степени смешения с вышеуказанными средствами индивидуализации, недобросовестными предпринимателями.

Помимо этого, распространенной проблемой является регистрация недобросовестными предпринимателями товарных знаков, схожих с фирменными наименованиями, и наоборот, что также приводит к многочисленным судебным разбирательствам.

При рассмотрении таких дел суды руководствуются положениями Гражданского кодекса Республики Казахстан (*далее - ГК РК*) в отношении объектов интеллектуальной собственности, Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» (*далее – Закон о товарных знаках*), Закона Республики Казахстан «О государственной регистрации юридических лиц и учетной регистрации филиалов и представительств», Закон «об информатизации» и Правил регистрации, использования и распределения доменных имен в казахстанском сегменте Интернета, утвержденных приказом Министра обороны и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан от 13 марта 2018 года № 38/НҚ.

Согласно пункту 3 статьи 961 ГК РК, к средствам индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг относятся:

- фирменные наименования;
- товарные знаки (знаки обслуживания);
- географические указания;
- наименования мест происхождения товаров;
- иные средства индивидуализации, предусмотренные настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

В случаях нарушения исключительных прав на фирменное наименование и/или товарный знак суды применяют пункт 3 статьи 1020 ГК РК, согласно которому при наличии тождества или сходства

¹ Братусь Д. А., «Специализированные суды и арбитражи по интеллектуальным правам» // Законодательство Республики Казахстан. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35622038 (дата обращения: 3 апреля 2025 года).

до степени смешения между фирменным наименованием одного юридического лица и товарным знаком другого лица, преимущество отдается тому средству индивидуализации, право на которое возникло ранее. Однако аналогичная норма для доменных имен в ГК РК отсутствует, что создает правовой пробел в регулировании данных вопросов.

Ввиду отсутствия четких норм, регулирующих правоотношения, связанные со столкновением прав правообладателей на средства индивидуализации и доменные имена, суды рассматривают споры следующим образом.

Для разрешения споров о нарушении прав на товарный знак, путем несанкционированного использования его в доменном имени, суды обращаются к статье 43 Закона о товарных знаках, где нарушением исключительного права на товарный знак признается использование обозначений, сходных до степени смешения с товарным знаком, без согласия правообладателя в оборот в отношении однородных товаров или услуг, а в случае общеизвестного товарного знака - в отношении всех товаров и услуг.

В случаях с фирменным наименованием, суды обращаются к статье 1020 ГК РК, где указано то, что не может быть использовано фирменное наименование, похожее на фирменное наименование уже зарегистрированного юридического лица настолько, что это может привести к отождествлению соответствующих юридических лиц, а также введению в заблуждение относительно выпускаемых ими товаров или оказываемых услуг.

В этих ситуациях судами привлекаются эксперты для проведения исследований, определяющих степень сходства доменного имени с средством индивидуализации: товарным знаком или фирменным наименованием. При этом стоит отметить, что само наличие сходства еще не может говорить о нарушении, так как, ни статья 43 Закона о товарных знаках, ни статья 1020 ГК РК не содержат прямой нормы указывающей на нарушение при несанкционированном использовании одного из средств индивидуализации – товарного знака или фирменного наименования – в доменном имени. Обе статьи требуют помимо тождества или сходства до степени смешения наличие выпуска однородных товаров и/или оказания услуг.

В других случаях суды разрешают споры без привлечения экспертов и таким образом создают потенциальные риски в принятии решений.

Проработка вопроса об уточнении нормы, связанной с несанкционированным использованием товарного знака или фирменного наименования в доменном имени является актуальной

в данный момент, так как нарушитель может не указывать на сайте какие товары производятся или продаются, и/или услуги, которые он оказывает, что усложняет отстаивание своей правовой позиции правообладателю в суде, а также суду при рассмотрении спора.

Второй вопрос, который сразу следует за первым, нужно ли в таком случае присваивать доменному имени правовой статус, охраняемый как средство индивидуализации?

На сегодняшний день как в Казахстане, так и во всем мире отсутствует единый нормативный правовой акт или конвенция, которые признают доменное имя полноценным средством индивидуализации.

Так, в Законе «Об информатизации» доменное имя – это символьное (буквенно-цифровое) обозначение, сформированное в соответствии с правилами адресации Интернета, соответствующее определенному сетевому адресу и предназначенное для поименованного обращения к объекту Интернета².

Таким образом, доменное имя не относится на сегодняшний день к средствам индивидуализации на законодательном уровне в Казахстане. Аналогичная ситуация и в России, согласно ст. 2 Федерального Закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», где доменное имя признано как обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет»³.

Однако, с развитием цифровизации становится все очевиднее, что доменное имя, ранее служившее, в первую очередь, для идентификации адреса сайта, стало важным средством формирования имиджа компании, сравнявшись по значимости с таким репутационным средством индивидуализации как товарный знак или фирменное наименование⁴.

Сегодня многие специалисты в сфере цифрового права и интеллектуальной собственности склоняются к необходимости о включении доменных имен как один из видов средства индивидуализации.

Цель исследования заключается в комплексном анализе правовых отношений при использовании товарных знаков,

² Закон Республики Казахстан от 24 ноября 2015 года № 418-V «Об информатизации», ст. 1 https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33885902 (дата обращения: 14 апреля 2025 года).

³ Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ст. 2 https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/c505178223acca771e9adb35b47d3fb82c9ff1c/ (дата обращения: 14 апреля 2025 года).

⁴ Сысоева А., «Доменное имя и интеллектуальная собственность» (Zakon.ru, 6 августа 2018 года) https://zakon.ru/blog/2018/8/6/domennoe_imya_i_intellektualnaya_sobstvennost#_ftn1 (дата обращения: 14 апреля 2025 года).

фирменных наименований и доменных имен в условиях цифровизации в Казахстане, выявлении коллизий и пробелов, а также разработке предложений по совершенствованию правового регулирования в данной сфере.

Для достижения указанной цели поставлены следующие **задачи**:

- Проанализировать правовую природу товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен и определить их взаимосвязь.
- Проанализировать влияние цифровизации на правовое регулирование и практику применения средств индивидуализации, в частности на товарные знаки, фирменные наименования и доменные имена.
- Исследовать коллизии, возникающие между товарными знаками, фирменными наименованиями и доменными именами в казахстанской правоприменительной практике и выявить пробелы в правовом регулировании.
- Рассмотреть мировой опыт правового регулирования и разрешения споров между относительно товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен и определить возможность его применения в Казахстане.
- Разработать рекомендации по совершенствованию казахстанского законодательства и правоприменительной практики в условиях цифровизации.

Объектом исследования являются правовые отношения, возникающие в процессе регистрации, использования и защиты средств индивидуализации (товарные знаки и фирменные наименования) и доменных имен, в условиях цифровизации.

Предметом исследования являются нормативные правовые акты в Казахстане и зарубежных странах, а также международные акты и конвенции, направленные на урегулирование отношений, связанных со средствами индивидуализации и доменными именами. Особое внимание уделяется материалам судебной практики Казахстана и зарубежных стран, включая решения Арбитражного центра ВОИС, вынесенные в рамках Единой политики разрешения споров в отношении доменных имен (Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy - UDRP), с целью защиты прав на товарные знаки и фирменные наименования при использовании в доменных именах.

Методология исследования включает использование как общенаучных, так и специальных методов. Среди них:

- Анализ и синтез — для изучения нормативных правовых актов, судебной практики и доктринальных источников в отношении средств индивидуализации и доменных имен.

- Историко-правовой метод — для анализа эволюции правового регулирования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен.

- Сравнительно-правовой метод — для изучения международного опыта правового регулирования интеллектуальной собственности и его применения в казахстанских реалиях.

- Системный подход — для комплексного анализа правового регулирования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в условиях цифровизации.

- Эмпирический метод — включает изучение судебной практики по делам, связанным с разрешением споров в отношении средств индивидуализации и доменных имен.

Научная новизна исследования заключается в том, что в казахстанской и мировой юридической науке данный магистерский проект является одним из первых фундаментальных научных исследований, посвященных комплексному подходу к анализу правового регулирования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в условиях цифровизации и выявлении его соответствия современной практике применения таких объектов в глобальной сети.

В ходе работы будет предложена система регулирования между этими объектами на основе казахстанской судебной практики и международного опыта. Исследование также затронет новые тенденции в правоприменении, возникающие в связи с цифровизацией, что является актуальным и малоизученным вопросом в контексте казахстанского законодательства.

Степень научной разработанности. Проблематика правового регулирования товарных знаков и фирменных наименований получила достаточно широкое освещение в казахстанской и зарубежной научной литературе. Значительный вклад в исследование теоретических и прикладных аспектов охраны средств индивидуализации внесли такие отечественные авторы, как Т.Е. Каудыров, Ж.А. Нурмагамбетов, Н.Б. Мынбаева, А.А. Амангельды. Их труды охватывают вопросы правовой природы, функций и отличительных особенностей товарных знаков и фирменных наименований в гражданском обороте.

Вместе с тем, вопрос правового статуса доменных имен в контексте их соотношения с традиционными средствами индивидуализации до настоящего времени остаётся слабо исследованным. Особенно это касается комплексного анализа, учитывающего как национальное законодательство Республики Казахстан, так и международные подходы. Среди немногих авторов, затрагивавших данную тематику, можно выделить казахстанского

ученного А.А. Амангельды, которая предлагает рассматривать доменное имя как самостоятельное средство индивидуализации в цифровой среде.

На постсоветском пространстве интерес к правовой природе доменных имён проявляется в работах таких авторов, как К.В. Геец, Д.В. Кожемякин, А.В. Попцов, Е.И. Гладкая, Р.С. Смирнов и Т.В. Пальшина, которые предлагают различные теоретико-правовые подходы к квалификации доменного имени — от средства адресации до объекта гражданских прав и средства индивидуализации. Кроме того, зарубежные исследователи, включая Наталью Булат, также поднимали вопрос о необходимости признания доменного имени в качестве объекта интеллектуальной собственности.

Практическая значимость исследования заключается в разработке предложений по совершенствованию правового регулирования использования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в условиях цифровизации. Полученные результаты могут быть использованы:

- при разработке изменений и дополнений в законодательство Республики Казахстан в области интеллектуальной собственности;
- в правоприменительной практике органов государственной власти и судов при рассмотрении споров, связанных с товарными знаками, фирменными наименованиями и доменными именами;
- в образовательной деятельности для подготовки специалистов в области права интеллектуальной собственности.

Положения, выносимые на защиту:

1. Международно-правовая система не признаёт доменные имена в качестве самостоятельных средств индивидуализации, однако в условиях цифровизации правовой режим доменных имён приобретает всё большее значение и требует системного правового регулирования на национальном уровне.

Признание функционального значения доменных имён в хозяйственном обороте должно сопровождаться развитием эффективных механизмов правовой защиты без необходимости их формального отнесения к средствам индивидуализации.

2. Возврат к более широкой формулировке статьи 43 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров», предусматривающей ответственность за несанкционированное использование товарного знака в телекоммуникационных сетях, необходим для эффективной защиты прав в цифровой среде.

Текущая редакция, ограниченная понятием «средства массовой информации», исключает доменные имена из сферы

действия и препятствует привлечению к ответственности за киберсквоттинг.

3. Внедрение механизма автоматической сверки обозначений между реестрами товарных знаков, фирменных наименований и доменных имён при их регистрации является эффективной мерой по предупреждению конфликтов и снижению числа судебных споров. Такая сверка обеспечила бы раннее выявление потенциальных нарушений прав и повысила бы уровень правовой определённости при регистрации объектов.

4. Открытый характер перечня средств индивидуализации, предусмотренный статьёй 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан, создаёт потенциал для гибкого реагирования на цифровые вызовы, однако не должен использоваться для формального приравнивания доменных имён к охраняемым обозначениям. Вместо этого целесообразно устранить существующие пробелы и противоречия путём уточнения специальных норм, регулирующих использование доменных имён в контексте интеллектуальной собственности.

Результаты исследования апробированы через публикацию аналитической статьи на международной экспертной платформе Kluwer Trademark Blog.⁵

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка нормативных актов и использованной литературы.

⁵ Bauyrzhan Zhanadilov, 'Cybersquatting in Kazakhstan: The Bobcat Trademark Dispute' (Kluwer Trademark Blog, 27 February 2025) <https://trademarkblog.kluweriplaw.com/2025/02/27/cybersquatting-in-kazakhstan-the-bobcat-trademark-dispute/> accessed 3 April 2025

РАЗДЕЛ 1. Правовые основы регулирования средств индивидуализации и доменных имен в условиях цифровизации в Казахстане

1.1. Понятие, правовая природа и особенности регулирования товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в Казахстане и в Международном финансовом центре Астана.

В условиях рыночной экономики и цифровизации средства индивидуализации играют ключевую роль в различии товаров, услуг, участников рынка друг от друга, формируют деловую репутацию, обеспечивают узнаваемость на рынке, а также защищают интересы как потребителей, так и правообладателей.

Понятие «*средства индивидуализации*» как юридический термин не является универсальным на международном уровне. В международных актах нет термина «средства индивидуализации» как единой категории. По мнению Б. А. Шахназарова ни один международный договор прямо не использует обобщающее понятие «*средства индивидуализации*» товаров, услуг, юридических лиц или предприятий. Вместо этого в международно-правовых актах фигурируют конкретные объекты, такие как товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, наименования мест происхождения, географические указания, каждый из которых рассматривается как самостоятельный результат интеллектуальной деятельности⁶.

Тем не менее, несмотря на отсутствие общего термина, на международном уровне сформирован комплекс международных договоров, направленных на регулирование правового режима отдельных объектов, выполняющих индивидуализирующую функцию.

Применение этих договоров на территории стран включая Республику Казахстан возможно только при условии их имплементации в национальную правовую систему посредством принятия соответствующих нормативных актов. К числу таких договоров относятся: Мадридское соглашение о международной регистрации знаков от 14 апреля 1891 года⁷, Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года⁸,

⁶ Шахназаров Б. А., «Отдельные терминологические вопросы международно-правового регулирования средств индивидуализации» // *Актуальные проблемы российского права*. 2016. № 6 <https://cyberleninka.ru/article/n/otdelnye-terminologicheskie-voprosy-mezhdunarodno-pravovogo-regulirovaniya-sredstv-individualizatsii> (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

⁷ Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (adopted 14 April 1891, as amended 2 October 1979) https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/madrid-gp/trt_madrid_gp_002ru.pdf accessed 3 April 2025

⁸ Paris Convention for the Protection of Industrial Property (available in Russian at Adilet) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/M8300000163> accessed 1 April 2025.

Ниццкое соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15 июня 1957 года (ратифицированное Законом Республики Казахстан от 16 ноября 2001 года № 258)⁹, Договор о законах по товарным знакам, подписанный в Женеве 27 октября 1994 года (ратифицирован Законом Республики Казахстан от 4 февраля 2002 года № 292)¹⁰, а также Сингапурский договор о законах по товарным знакам, ратифицированный Законом Республики Казахстан от 8 апреля 2012 года № 10-V¹¹.

Кроме указанных документов, значительное значение для регулирования вопросов индивидуализации имеют и многосторонние, и двусторонние соглашения. Примером может служить Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний, подписанное 4 июня 1999 года в г. Минске, а также Соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Грузии о сотрудничестве в области охраны промышленной собственности и ряд других аналогичных актов¹².

Стоит отметить, что Парижской конвенция по охране промышленной собственности, на сегодняшний день отчасти объединяет в одну категорию такие объекты как товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования и указания происхождения или наименования места происхождения.

В этом контексте заслуживает упоминания Стокгольмская конвенция 1967 года¹³, положения которой относят к объектам интеллектуальной собственности такие средства индивидуализации, как товарные знаки, фирменные наименования и коммерческие обозначения. Кроме того, Конвенция включает в сферу интеллектуальной собственности права в научной, художественной и производственной областях. Таким образом, из содержания Стокгольмской конвенции следует, что средства индивидуализации

⁹ Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (adopted 15 June 1957, as amended 28 September 1979) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000258> accessed 3 April 2025.

¹⁰ Treaty on Trademark Law (adopted 27 October 1994, entered into force 1 August 1996) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z020000292> accessed 3 April 2025.

¹¹ Singapore Treaty on the Law of Trademarks (adopted 27 March 2006, entered into force 16 March 2009) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1200000010> accessed 3 April 2025

¹² Баймолдина З. К., Каудыров Т. Е. (ред.), *Право интеллектуальной собственности Республики Казахстан: учебное пособие* (Институт законодательства Республики Казахстан, 2013) <https://ineu.edu.kz/uploads/files/files/Uchebnoe-posobie-pravo-intellektualnoi-sobstvennosti.pdf> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

¹³ Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (WIPO Convention) (available in Russian at Adilet) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/M6700000003> accessed 1 April 2025.

рассматриваются как часть интеллектуально-производственной сферы¹⁴.

Что касается Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (*далее - ТРИПС*)¹⁵, то оно предлагает более широкое толкование товарных знаков по сравнению с Парижской конвенцией. В то же время Мадридское соглашение о международной регистрации знаков¹⁶ 1891 года не содержит общего определения знаков, а лишь перечисляет отдельные их разновидности.

В соответствии со статьей 15 ТРИПС, товарный знак представляет собой любое обозначение, способное отличать товары или услуги одного предприятия от товаров или услуг других, при этом подлежащее регистрации и признаваемое в качестве товарного знака данного предприятия. Если обозначение изначально не обладает достаточной различительной способностью, государства — члены ВТО — вправе допустить его регистрацию при наличии доказательств приобретённой различительной способности.

Таким образом, по мнению О. П. Казаченка, ТРИПС способствует унификации национального законодательства в сфере охраны товарных знаков. При этом знак обслуживания не выделяется как самостоятельный объект охраны, но упоминается как средство индивидуализации услуги, тем самым фактически приравняваясь к товарному знаку.

Несмотря на отсутствие точного определения понятия «*средства индивидуализации*», в науке представлены разные формулировки исследователями.

Так, например, по мнению О.А. Городова, средства индивидуализации в широком смысле представляют собой символ, выполняющий функцию ориентирования в окружающей среде и способствующий принятию определённого решения. Такой символ несёт в себе образную информацию либо о производителе конкретного товара или услуги, либо о самих товарах и услугах, предлагаемых потребителю¹⁷.

¹⁴ Казаченок О. П., «Средства индивидуализации хозяйствующих субъектов в международном обороте» // *Евразийская адвокатура*. 2021. № 2. <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-individualizatsii-hozyaystvuyuschih-subektov-v-mezhdunarodnom-oborote> (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

¹⁵ Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement) (1994, Russian version) https://wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/wto01/trt_wto01_001ru.pdf accessed 1 April 2025.

¹⁶ Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (Madrid Protocol) (1989, Russian version) https://wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/madrid-gp/trt_madrid_gp_002ru.pdf accessed 1 April 2025.

¹⁷ Городов О. А., *Право на средства индивидуализации: товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения* (Москва: Вольтерс Клувер, 2006)

Л.А. Новоселова рассматривает понятие средства индивидуализации как в широком, так и в узком смысле:

- *«Средства индивидуализации (в широком смысле) – это любые обозначения, название субъектов, объектов и явлений, например: имя или псевдоним человека, название географических объектов, клички домашних животных, государственные регистрационные номера транспортных средств и т.д. Все эти обозначения призваны индивидуализировать субъекты и объекты, о которых идет речь т.е. индивидуализация представляет собой «выделение индивидуальных особенностей из первоначального безразличия».*

- *В узком смысле средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий – это отвечающие критериям охраноспособности обозначения, служащие для индивидуализации установленных Гражданским кодексом Российской Федерации субъектов или объектов гражданских прав»¹⁸.*

Необходимо отметить, что понятие, представленное в узком смысле, по мнению Л.А. Новоселовой, основано на доктрине: «фактическая возможность использовать интеллектуальный продукт или средство индивидуализации приобретает юридическое значение только потому, что закон признает соответствующий продукт или средство подлежащим правовой охране и, как следствие, делает использование этого продукта или средства содержанием субъективного гражданского права». В свою очередь это означает, что отсутствие охраняемого средства индивидуализации влечет к отсутствию интеллектуальных (исключительных) прав.

Также Л.А. Новоселова отмечает, что Гражданский кодекс Российской Федерации содержит **закрытый** перечень охраняемых средств индивидуализации. К ним относятся фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товара, географическое указание, а также коммерческое обозначение. Данный закрытый перечень представлен в статьях 1225 и в главе 76 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Касательно отечественного законодательства стоит отметить аналогичное отсутствие понятия *«средства индивидуализации»*. Однако в отличие от Гражданского кодекса Российской Федерации

https://books.google.kz/books/about/Право_на_средства_инд.html?id=RXNHYYWJs0oC&redir_esc=y (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

¹⁸ Новоселова Л. А. (ред.), *Право интеллектуальной собственности. Том 4. Патентное право: учебник* (Москва: Статут, 2024).

статья 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан предоставляет **открытый** перечень средств индивидуализации.

Согласно пункту 3 статьи 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан к средствам индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг относятся:

- 1) фирменные наименования;
- 2) товарные знаки (знаки обслуживания);
- 2-1) географические указания;
- 3) наименования мест происхождения товаров;
- 4) другие средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров и услуг в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом и законодательными актами.

Настоящая статья данного кодекса предусматривает не только основные виды средств индивидуализации, но и допускает возможность признания иных объектов в качестве таковых, при условии их закрепления в законодательных актах. Аналогичная ситуация и в законодательных актах Республики Узбекистан¹⁹, Кыргызской Республики²⁰, Республики Таджикистан²¹, Республики Беларусь²².

Следует также отметить Регламент Международного финансового центра «Астана» (МФЦА) об интеллектуальной собственности (AIFC Intellectual Property Regulations)²³. Это нормативный правовой акт, действующий в рамках автономной правовой системы МФЦА, основанной на принципах английского общего права, и регулирующий отношения, связанные с интеллектуальной собственностью на территории центра. Вместе с тем, в данном акте также отсутствует не только определение понятия средств индивидуализации, но и вовсе упоминание данного термина.

Таким образом, в отличие от российского подхода, где средства индивидуализации подлежат охране лишь в пределах строго установленного перечня, закреплённого в Гражданском кодексе Российской Федерации, казахстанское законодательство демонстрирует более гибкий и открытый подход. По мнению Н.Б. Мынбаевой указанная оговорка предусмотрена в целях защиты

¹⁹ Гражданский кодекс Республики Узбекистан, ст. 1131 <https://lex.uz/docs/180550#193746> (дата обращения: 13 апреля 2025 года).

²⁰ Гражданский кодекс Кыргызской Республики, ч. 4, ст. 1108 <https://wipo.lex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ru/kg/kq077ru.pdf> (дата обращения: 13 апреля 2025 года).

²¹ Гражданский кодекс Республики Таджикистан, ч. 3, ст. 1112 <https://ncpi.tj/wp-content/uploads/2020/02/2.-ГРАЖДАНСКИЙ-КОДЕКС-РТ-ч.-3.pdf> (дата обращения: 13 апреля 2025 года).

²² Мороз Н. В. (сост.), Основы управления интеллектуальной собственностью: курс лекций (Витебский государственный университет имени П. М. Машерова, 2023).

²³ Astana International Financial Centre, AIFC Intellectual Property Regulations (2024) <https://aifc.kz/legal-framework/aifc-intellectual-property-regulations/> accessed 3 April 2025

интересов государства и отсылает к Закону Республики Казахстан от «О Национальном архивном фонде и архивах». Согласно статье 15 данного закона, информация, содержащаяся в архивных документах, находящихся в государственной собственности, охраняется как интеллектуальная собственность государства в соответствии с законодательством Республики Казахстан. Иными словами, предусмотрена правовая охрана такой информации в рамках законодательства об интеллектуальной собственности²⁴.

Помимо этого, оговорка позволяет национальной правовой системе оперативно реагировать на изменения в сфере гражданского оборота и интеллектуальной собственности, расширяя инструментарий правовой охраны при необходимости.

1.1.1. Товарный знак

С позиции гражданского права товарный знак, в соответствии со статьёй 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан, рассматривается как средство индивидуализации товаров, работ или услуг. Одновременно он является объектом интеллектуальной собственности, а согласно пункту 2 статьи 115 Гражданского кодекса — объектом гражданских прав, наравне с вещами, деньгами, в том числе иностранной валютой, финансовыми инструментами, работой, услугами, объективированными результатами творческой интеллектуальной деятельности, фирменными наименованиями, и иными средствами индивидуализации изделий, имущественными правами, цифровыми активами и другим имуществом.

Само понятие товарного знака содержится в пункте 8 статьи 1 Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» - товарный знак, знак обслуживания (далее - товарный знак) - обозначение, зарегистрированное в соответствии с настоящим Законом или охраняемое без регистрации в силу международных договоров, в которых участвует Республика Казахстан, служащее для отличия товаров (услуг) одних юридических или физических лиц от однородных товаров (услуг) других юридических или физических лиц.

Исходя из определения, главной функцией товарного знака является **отличительная (идентификационная) функция**. Данной

²⁴ Мынбаева Н. Б., Медьяева А. Р., «Понятие товарного знака в Республике Казахстан как правовая категория» // *Вестник науки и образования*. 2021. № 9(3). <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-tovarnogo-znaka-v-respublike-kazakhstan-kak-pravovoy-kategorii> (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

позиции также придерживаются Ж.А. Нурмагамбетова²⁵, В.В. Белова, Г.В. Виталиева, Г.М. Денисова²⁶, а также И.А. Зенин²⁷, которые утверждают, что основная функция товарного знака заключается в указании на источник происхождения товара, благодаря чему потребитель может отличить его от других аналогичных товаров. Эта функция играет ключевую роль, поскольку важна как для правообладателя, так и для потребителей, которым она позволяет осознанно выбирать продукцию предпочитаемого производителя.

Помимо основной отличительной функции, товарный знак, по мнению О.Д. Толмачёвой, выполняет и ряд других функций:

- Информативная – доносит до потребителя сведения о качестве товара. Привычный и проверенный знак вызывает доверие и способствует выбору в его пользу.

- Рекламная – способствует продвижению товара на рынке. Эффективное использование товарного знака в рекламе повышает спрос и сбыт продукции. В основе лежит принцип: внимание – интерес – желание – действие.

- Охранная – вытекает из исключительного права на знак, защищает от недобросовестной конкуренции. Предусматривает судебную защиту, возможность продления охраны и контроль за нарушениями.

- Гарантийная – ассоциируется с определённым качеством. Чтобы эта функция выполнялась, производитель должен постоянно поддерживать и улучшать качество продукции.

- Психологическая – формирует у потребителя уверенность, что товар с данным знаком – лучший. Связана с доверием, репутацией и эмоциональным восприятием бренда²⁸.

Таким образом, анализ функций товарного знака подтверждает, что его ключевое назначение заключается в индивидуализации товаров и услуг на рынке. Подобно тому как имя позволяет отличить одного человека от другого, товарный знак выполняет основную отличительную функцию – указывает на производителя и помогает

²⁵ Нурмагамбетов Ж. А., «Правовая природа товарного знака как средства индивидуализации в Казахстане» // *Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. Серия юридическая.* 2022. № 2(139). <https://repository.enu.kz/handle/enu/4678?locale-attribute=en> (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

²⁶ Белов В. В., Витальев Г. В. и Денисов Г. М., *Интеллектуальная собственность: законодательство и практика его применения* (Москва: Юрист, 2002).

²⁷ Зенин И. А., *Право интеллектуальной собственности: учебник для вузов* (11-е изд., Москва: Юрайт, 2024).

²⁸ Толмачева О. Д., «Товарный знак как объект интеллектуальной собственности и его основные функции» // *Правовая защита, экономика и управление интеллектуальной собственностью: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 21 апреля 2015 г.*, т. 1 (Екатеринбург: УрФУ, 2015) 114–117 <https://elar.urfu.ru/handle/10995/32919?mode=full> (дата обращения: 1 апреля 2025 года).

выделить его продукцию среди множества аналогичных товаров. Именно эта функция обеспечивает узнаваемость, способствует формированию лояльности потребителей и играет важную роль в защите как правообладателя, так и потребителя от подделок и недобросовестной конкуренции.

Согласно статье 1025 Гражданского кодекса Республики Казахстан, обладатель товарного знака имеет исключительное право на его использование и распоряжение. Это означает, что только правообладатель может применять товарный знак в коммерческой деятельности. Данное право, по сути, предоставляет монополию на использование конкретного обозначения в отношении заявленных товаров или услуг. При этом правообладателями могут выступать как физические, так и юридические лица.

Однако стоит отметить, что исключительное право владельца товарного знака возникает либо на основании их регистрации в установленном законодательном порядке, либо, в отдельных случаях, без регистрации — при наличии международных договоров, участником которых является Республика Казахстан.

Что касается права использования товарного знака, следует подчеркнуть его широкое толкование в законодательстве Республики Казахстан. В частности пункт 2 статьи 1025 Гражданского кодекса Республики Казахстан указывает на то, что под использованием понимается любое введение товарного знака в гражданский оборот, включая его изготовление, применение, ввоз, хранение, предложение к продаже, продажу товаров, обозначенных этим знаком, а также использование товарного знака в вывесках, рекламе, печатной и иной деловой документации.

При этом понятие использования товарного знака не исчерпывается положениями статьи 1025 Гражданского кодекса Республики Казахстан. Так, статья 19 Закона Республики Казахстан от «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» расширяет это определение, уточняя, что использованием товарного знака также считается его применение в составе доменного имени.

Исходя из вышеизложенного, товарный знак в гражданском праве Республики Казахстан рассматривается как важнейшее средство индивидуализации товаров и услуг, обладающее множеством функций, среди которых ключевое значение имеет отличительная функция. Он одновременно выступает объектом интеллектуальной собственности и гражданских прав, а также наделяется исключительным правовым режимом. Законодательство Республики Казахстан закрепляет как порядок приобретения прав на товарный знак, так и широкое понимание его использования, включая

применение в доменных именах, что подчёркивает актуальность и многогранность правового регулирования в данной сфере.

1.1.2. Фирменное наименование

Также как и товарный знак, фирменное наименование с точки зрения гражданского права представляет собой одно из важнейших средств индивидуализации, обеспечивающее его узнаваемость в гражданском обороте и признаётся объектом гражданских прав, на основании статьи 115 Гражданского Кодекса Республики Казахстан, так и объектом интеллектуальной собственности.

По мнению А.А. Амангельды фирменное наименование рассматривается как обозначение, используемое предпринимателем при осуществлении хозяйственной деятельности, которое позволяет отличить его от других субъектов гражданского оборота²⁹.

Данная позиция основана на статьях Гражданского кодекса Республики Казахстан. Так, согласно статьям 38 и 1020, юридическое лицо обладает исключительным правом на использование своего фирменного наименования, которое утверждается при принятии устава и вносится в Национальный реестр бизнес-идентификационных номеров. Наименование применяется в бланках, рекламе, товарах, упаковке и других случаях для индивидуализации организации.

Не допускается регистрация фирменного наименования, тождественного или сходного до степени смешения с уже зарегистрированным, если это может ввести в заблуждение. Также запрещено использование обозначений, совпадающих с названиями госорганов, если компания не является таковым.

В случае конфликта между товарным знаком и фирменным наименованием преимущество имеет то средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее. Таким образом, фирменное наименование служит важным элементом правовой индивидуализации юридического лица в гражданском обороте.

Такой же позиции придерживается Т.Е. Каудыров, при этом отмечает, что **фирменное наименование** выполняет функцию индивидуализации субъектов гражданских правоотношений. В то время как **товарный знак** используется для индивидуализации товаров, работ и услуг соответствующих субъектов³⁰.

²⁹ Амангельды А.А., *Право интеллектуальной собственности Республики Казахстан: учебник* (Алматы, 2021) <https://bestprofi.com/document/299418011120> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

³⁰ Баймолдина З. К., Каудыров Т. Е. указ. Соч., стр. 213

Следует отметить, что в отличие от товарных знаков, в соответствии с действующим законодательством субъектом права на фирменное наименование может выступать исключительно юридическое лицо. Индивидуальные предприниматели, граждане, а также иностранные физические лица не могут обладать правом на фирменное наименование, так как в статье 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан, право на фирменное наименование закреплено только за юридическим лицом, иные действующие нормативные акты исключают возможность предоставления правовой охраны фирменного наименования указанным категориям лиц.

Ввиду изложенного, фирменное наименование следует рассматривать как самостоятельное и значимое средство индивидуализации. В отличие от товарного знака, оно предназначено для идентификации самого субъекта хозяйствования и может принадлежать исключительно юридическому лицу.

1.1.3. Доменное имя

В условиях возрастания интереса к доменному имени как объекту гражданских прав в юридической науке предпринимались попытки его теоретического осмысления и предания дефиниции. По мнению российского ученого Д.В. Кожемякина, предлагаемые определения условно подразделяются на две основные категории: «технические», в которых подчеркивается функция доменного имени как средства адресации в сети Интернет, и «правовые», отражающие авторские представления о его правовой природе и месте в системе гражданско-правовых институтов³¹.

Д.В. Кожемякин анализирует различные подходы ученых к определению доменного имени, выделяя технические и правовые трактовки. Представители технического подхода, такие как А.С. Андронов, И.М. Рассолов и Р.С. Смирнов, акцентируют внимание на функциях адресации, навигации и уникальности доменного имени в сети Интернет. Правоведы В.Б. Наумов и А.В. Попцов рассматривают доменное имя как объект, обладающий признаками средства индивидуализации и имущественной ценностью. Однако, по мнению Кожемякина, такие определения ограничены, так как не охватывают важные правовые аспекты: правовой статус доменного имени в системе гражданских прав, механизмы приобретения прав и объем полномочий администратора. Он считает более удачным

³¹ Кожемякин Д. В., *Доменное имя в системе объектов гражданских прав: монография* (Москва: Проспект, 2019) <https://e.lanbook.com/book/150914> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

определение Е.И. Гладкой, подчеркивающее комплексный характер доменного имени как технического, имущественного и частично интеллектуального объекта, выполняющего функцию индивидуализации при наличии связи с интернет-сайтом³².

Среди отечественных юристов стоит отметить мнение Ж.А. Нурмагамбетова, который рассматривает понятие доменного имени в пункте 40) статьи 1 Закона Республики Казахстан «Об информатизации» достаточно сложным для восприятия. Так, согласно данному закону, доменное имя — это символьное (буквенно-цифровое) обозначение, сформированное в соответствии с правилами адресации Интернета, соответствующее определенному сетевому адресу и предназначенное для поименованного обращения к объекту Интернета. На практике доменное имя представляет собой онлайн-эквивалент телефонного номера: за ним также скрывается уникальный цифровой идентификатор — IP-адрес (например, 178.236.176.176). Основная функция IP-адреса заключается в обеспечении доступа к конкретному веб-ресурсу или электронной почте, то есть в определении маршрута к нужному объекту в сети Интернет³³.

Следует также отметить позицию К.В. Гееца, согласно которой доменное имя выполняет две базовые функции. **Первая** из них — функция адресации, обеспечивающая доступ к содержимому в сети Интернет путём ввода доменного имени, связанного с определённым IP-адресом. Так, независимо от того, вводит ли пользователь в адресную строку числовой IP-адрес 64.233.161.102 или доменное имя google.com, он в обоих случаях попадает на один и тот же ресурс, размещённый на идентичном сервере. Несмотря на пересечение с функцией IP-адреса, доменное имя выполняет более удобную для восприятия человеком задачу — идентификацию интернет-ресурса в запоминаемой и легко воспроизводимой форме.

Именно эта особенность обуславливает и **вторую** ключевую функцию — функцию индивидуализации. Доменное имя позволяет не только указать путь к устройству, где размещено содержимое, но и придать данному содержимому уникальное обозначение, с которым оно будет ассоциироваться у пользователей. В отличие от абстрактных цифровых обозначений, доменные имена, такие как google.com, легче воспринимаются и запоминаются. При этом под указанным именем может размещаться различное по характеру содержание — от информационных ресурсов до интернет-магазинов

³² ibid.

³³ Нурмагамбетов Ж. А., «Регулирование доменных имен в Казахстане» (2015) *Bolotov & Partners* <https://ru.bolotovip.com/company-news/publication/regulirovanie-domennyh-imen/> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

или блогов, — однако вне зависимости от его природы оно будет индивидуализироваться через доменное имя, под которым доступно в сети³⁴.

Что касается определения правовой природы доменного имени, то по мнению Д.В. Кожемякина в современной правовой доктрине выделяются три основные концептуальные подхода:

- доменное имя рассматривается в качестве услуги, предоставляемой регистратором;
- доменное имя квалифицируется как бестелесное имущество, обладающее имущественной ценностью;
- доменное имя трактуется как средство индивидуализации, соотносимое с объектами, обеспечивающими различие участников гражданского оборота.

Представителями подхода, в котором доменное имя трактуется как средство индивидуализации среди российских ученых являются А.Г. Серго и В.О. Калятин.

По мнению А. Серго, доменное имя в сети Интернет выполняет ту же функцию индивидуализации, что и фирменное наименование или товарный знак. Оно представляет собой обозначение, с помощью которого различаются информационные ресурсы, принадлежащие разным субъектам. Следовательно, доменное имя может рассматриваться как самостоятельное средство индивидуализации³⁵.

В.О. Калятин указывает на то, что «доменные имена не только выступают как адрес компьютера в Интернете, но и являются средством индивидуализации их владельца, товаров и услуг. Доменное имя способно сообщать дополнительную информацию о своем владельце, соответствующих товарах или услугах, указывать на географическую привязку, выполнять рекламную и гарантийную функции»³⁶.

Схожего мнения о необходимости предоставления правовой охраны придерживается и белорусский юрист Т.В. Пальшина: *«доменное имя позволяет сделать вывод о том, что обозначение, выраженное в виде словесного текста в качестве доменного имени, в условиях развития электронной торговли является средством индивидуализации основанного в Интернет*

³⁴ Геец К. В., *Доменные имена и доменные споры в России и за рубежом: монография* (Москва: Проспект, 2023).

³⁵ Серго А. Г., Мозгов М. В., «Споры владельцев средств индивидуализации юридических лиц и их продукции с администраторами доменов» <https://cepro.pd/articles/spori-vladelcev-sredstv-individualizacii-yuridicheskikh-lic-i-ih-produkcii-s-administratorami-domenov.htm> (дата обращения: 3 апреля 2025 года).

³⁶ Калятин В. О., «Изменения системы объектов интеллектуальных прав в связи с принятием четвертой части Гражданского кодекса» // *Закон*. 2007. № 4. С. 65.

предприятия и предназначено для того, чтобы отличить предлагаемые товары от другой аналогичной продукции на электронном рынке; тем самым доменное имя выполняет ту же функцию, что и товарный знак, и подобно ему может быть отнесено к объектам интеллектуальной собственности»³⁷.

Помимо Т.В. Пальшиной, схожее мнение высказывает и украинский юрист Наталья Булат, рассматривая доменные имена как самостоятельные средства индивидуализации, сходные по функциям с товарными знаками, и выступает за признание их полноправными объектами интеллектуальной собственности с равной правовой защитой, подчеркивая необходимость отмены приоритета товарных знаков и законодательного закрепления статуса доменных имен³⁸.

Среди казахстанских ученых данного мнения придерживается А.А. Амангельды.

По ее мнению, в действующем законодательстве Республики Казахстан термин «доменное имя» нормативно не определён. В этой связи представляется целесообразным признать доменное имя самостоятельным средством индивидуализации участников гражданского оборота, а также товаров и услуг в сети Интернет. Доменное имя, в силу своей природы, должно обладать уникальностью, использоваться исключительно в цифровой среде и выполнять более широкие функции по сравнению с традиционными средствами индивидуализации, такими как товарный знак и фирменное наименование. Оно не только служит идентификатором источника товаров и услуг, но также обеспечивает адресацию интернет-ресурса юридического лица, схожим образом с фирменным наименованием, и может использоваться для индивидуализации физических лиц в онлайн-пространстве.

Исключительное право на доменное имя предполагает наличие определённого объёма правомочий, включая право использования и распоряжения им как в предпринимательских, так и в личных целях. При этом в отличие от товарного знака, правовая охрана доменного имени ограничена не территориально, а по времени — права на него сохраняются в течение срока, указанного при регистрации, с возможностью продления.

С учётом функционального сходства и общих правовых характеристик, доменное имя обоснованно может быть отнесено к

³⁷ Пальшина Т. В., «Доменное имя и средство индивидуализации: антагонизм или конвергенция» // *Интеллектуальная собственность в Беларуси*. 2010. № 2. С. 27–28. <https://elib.psu.by/bitstream/123456789/43057/1/27-28.pdf> (дата обращения: 3 апреля 2025 года).

³⁸ Nataliia Bulat, 'A Domain Name and a Trademark: A Comparison and a Relationship According to Ukrainian Legislation' (2020) 10(3) *The Lawyer Quarterly* 324 <https://www.ilaw.cas.cz/tlq> accessed 14 April 2025

числу средств индивидуализации товаров, работ и услуг. В этой связи представляется оправданным включение соответствующих положений в главу 56 «Особенной части» Гражданского кодекса Республики Казахстан. В пользу такой классификации свидетельствуют, в частности, следующие обстоятельства: во-первых, для возникновения прав на доменное имя, как и на товарный знак, требуется его регистрация; во-вторых, исключительное право на доменное имя, аналогично товарному знаку, ограничено по времени — регистрация осуществляется на определённый срок, с последующей возможностью продления³⁹.

В противоположность подходу А.А. Амангельды, Т.Е. Каудыров занимает иную позицию. По его мнению, доменное имя не подпадает под правовую категорию объектов интеллектуальной собственности, так как оно не упоминается ни в статье 961, ни в иных положениях Гражданского кодекса Республики Казахстан, регулирующих соответствующие объекты и рассматривает доменное имя как имущественное благо, включаемое в категорию «иное имущество» по статье 115 ГК РК, что обосновывается возмездным порядком получения и возможностью распоряжения им. Т.Е. Каудыров также подчёркивает, что доменное имя и товарный знак — это разнородные, не конкурирующие по своей природе правовые категории, каждая из которых обладает самостоятельным правовым режимом, а их возможное сосуществование определяется принципами добросовестности, разумности и соблюдения баланса интересов сторон, а не иерархией средств индивидуализации⁴⁰.

Вывод

В условиях развития цифровых технологий и рыночных отношений средства индивидуализации приобретают всё большее значение как инструменты правовой защиты и идентификации субъектов в гражданском обороте. Проведённый анализ показывает, что понятие «средств индивидуализации» не имеет универсального определения в международной практике, а национальные законодательства по-разному подходят к их правовому регулированию. В частности, казахстанская модель характеризуется

³⁹ Амангельды А. А., «Законодательство Казахстана в сфере интеллектуальной собственности: проблемы совершенствования» // *Zakon.kz* https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36990410&pos=6;-108#pos=6;-108 (дата обращения: 3 апреля 2025 года).

⁴⁰ Каудыров Т. Е., «Моя практика участия в споре о столкновении права на товарный знак и прав, вытекающих из регистрации доменного имени» // *Интеллектуальная собственность Казахстана*. 2010. № 1. С. 28–36. https://gazpatent.kz/sites/default/files/journal/1_2010.pdf (дата обращения: 16.04.2025)

гибкостью и открытым перечнем объектов, что позволяет адаптироваться к изменениям цифровой среды и возникающим в ней формам индивидуализации.

Товарный знак, фирменное наименование и доменное имя, несмотря на различия в их юридической природе и функциях, объединены общей целью — обеспечение различимости товаров, услуг и субъектов хозяйствования. В правовом порядке Республики Казахстан товарный знак рассматривается как многофункциональный объект, охватывающий отличительную, рекламную, гарантийную и охранную функции, с акцентом на его исключительный правовой режим. Фирменное наименование признаётся средством индивидуализации исключительно юридических лиц и служит важным элементом правового статуса хозяйствующего субъекта. Доменное имя, несмотря на отсутствие закрепления в качестве охраняемого объекта интеллектуальной собственности, по сути, выполняет функции, аналогичные товарному знаку и фирменному наименованию, и обладает потенциалом правовой индивидуализации в цифровой среде.

Сравнительный анализ с правовым порядком МФЦА показал, что в рамках англосаксонской модели в финансовом центре отсутствует понятие средств индивидуализации как таковой, что свидетельствует о необходимости дальнейшей проработки и гармонизации подходов. Учитывая растущую значимость цифровой идентичности, включение доменных имён в перечень охраняемых объектов и формализация их правового режима представляются актуальными задачами для развития национального законодательства в условиях цифровизации.

1.2. Влияние цифровизации на средства индивидуализации: правовые вызовы и пробелы.

Цифровая революция, сопровождающаяся широким распространением Интернета, искусственного интеллекта, технологий Big Data и блокчейна, привела к глубинной трансформации общественных отношений и поставила под сомнение применимость традиционных правовых механизмов в условиях цифровой среды. Одним из центральных институтов, испытывающих давление со стороны новых технологий, выступает интеллектуальная собственность⁴¹.

⁴¹ Карцхия А. А., «Цифровая революция: новые технологии и новая реальность» // Правовая информатика. 2017. № 1. <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-revolutsiya-novye-tehnologii-i-novaya-realnost> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

В Республике Казахстан регистрация юридического лица может быть осуществлена в электронном формате через портал eGov.kz с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП). В процессе подачи электронной заявки заявитель указывает предполагаемое фирменное наименование, которое автоматически проверяется на уникальность в государственной базе данных. После одобрения наименование фиксируется в учредительных документах и вносится в Единый государственный реестр юридических лиц⁴².

Законодательство Республики Казахстан устанавливает определённые ограничения при выборе фирменного наименования. В частности, в соответствии со статьёй 38 и 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан и Закона Республики Казахстан «О государственной регистрации юридических лиц и учётной регистрации филиалов и представительств», запрещается использовать наименования, тождественные с уже зарегистрированными, вводящие в заблуждение относительно характера деятельности, а также содержащие названия государственных органов (если заявитель таковым не является).

Что касается товарного знака, то регистрация в Республике Казахстан осуществляется в соответствии с положениями Закона РК «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров». Для получения правовой охраны заявитель подаёт заявку в РГП «Национальный институт интеллектуальной собственности» (НИИС) при Министерстве юстиции РК. Заявка подается в электронном формате через egov.kz или через сайт РГП «Национального института интеллектуальной собственности».

При проведении экспертизы на регистрацию товарного знака в Республике Казахстан, в соответствии с Законом Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» и Правилами проведения экспертизы товарных знаков⁴³, осуществляется поиск по зарегистрированным товарным знакам и заявленным на регистрацию обозначениям. Однако поиск на тождество или сходство с фирменными наименованиями и

⁴² Пресс-служба филиала НАО ГК «Правительство для граждан» по СКО, «Как зарегистрировать ТОО онлайн?» <https://www.gov.kz/memleket/entities/sko-akzhar/press/news/details/221649?lang=ru> (дата обращения: 14 апреля 2025 года).

⁴³ Министерство юстиции Республики Казахстан, *Приказ от 29 августа 2018 года № 1349 «Об утверждении Правил проведения экспертизы заявок на селекционные достижения, объекты промышленной собственности, товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания, наименования мест происхождения товаров, о регистрации топологий интегральных микросхем»* (зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 2 октября 2018 года № 17459) <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1800017459> (дата обращения: 14 апреля 2025 года).

доменными именами в рамках формальной экспертизы не проводится, так как не предусмотрено законодательством страны.

Тем не менее, в случае возникновения конфликта между владельцем фирменного наименования и правообладателем товарного знака, действующее законодательство Республики Казахстан предусматривает механизм его урегулирования. Согласно статье 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан, приоритет отдаётся тому средству индивидуализации (фирменное наименование или товарный знак), права на которое возникли ранее. Таким образом, законодатель прямо закрепляет правило разрешения коллизии, исходя из принципа временного приоритета.

Что касается регистрации доменных имен в национальной доменной зоне «.kz», то она осуществляется при участии Казахского центра сетевой информации (KazNIC), уполномоченного международной организацией IANA (Internet Assigned Numbers Authority), осуществляющей глобальную координацию интернет-ресурсов.

Основной функцией KazNIC является координация деятельности аккредитованных регистраторов доменных имен в Казахстане. Регистрация осуществляется путём подачи заявки одному из таких регистраторов, с указанием полного доменного имени, информации о владельце, контактных данных, а также DNS-сервера и IP-адреса.

Как отмечает Ж.А. Нурмагамбетов, существенным изменением в данной процедуре стало утверждение 7 сентября 2010 года новых Правил регистрации, пользования и распределения доменного пространства казахстанского сегмента сети Интернет. Эти Правила установили обязательное физическое размещение DNS-серверов для доменов в зоне «.kz» на территории Казахстана. Несоблюдение данного требования влечёт за собой отказ в регистрации или продлении доменного имени, а также возможную приостановку его использования, что может привести к серьёзным техническим и коммерческим последствиям для владельца домена, особенно если он является нерезидентом.

Несмотря на то, что KazNIC осуществляет регистрацию доменных имен по принципу «первым пришёл — первым обслужен», он не обладает полномочиями по определению правомерности владения доменным именем и разрешению споров о нарушении прав третьих лиц. В целях минимизации таких конфликтов KazNIC разработал внутренний Порядок⁴⁴ разрешения спорных ситуаций, возникающих между владельцами доменных имен и правообладателями товарных знаков. В случае подачи жалобы

⁴⁴ Ассоциация ИТ-компаний Казахстана, *Порядок внедрения домена «.KAZ»* (2012) https://www.nic.kz/docs/poryadok_vnedreniya_kaz_ru.pdf (дата обращения: 3 апреля 2025 года).

заявитель должен сначала попытаться урегулировать спор напрямую с владельцем доменного имени. Если в течение 30 дней согласие не достигнуто, KazNIC вправе запросить у владельца доказательства наличия у него прав на товарный знак. При отсутствии таковых доменное имя блокируется в режиме «HOLD» до разрешения спора. Вместе с тем, окончательное решение о правомерности владения спорным доменом принимается исключительно судом, в соответствии с законодательством Республики Казахстан. На практике отсутствие чётких правовых норм и устоявшейся судебной практики усложняет разрешение споров, нередко парализуя использование спорного доменного имени на длительный срок. В этой связи в целях профилактики правовых конфликтов владельцам товарных знаков рекомендуется регистрировать доменные имена, соответствующие их знакам, а владельцам доменов — обеспечивать правовую охрану своих обозначений через регистрацию товарных знаков.⁴⁵

Аналогичная мера по профилактике правовых конфликтов представляется целесообразной и в случае возникновения споров между владельцами доменных имен и обладателями исключительных прав на фирменные наименования.

Вывод

Несмотря на главное преимущество цифровизации – переход на онлайн процессор регистрации средств индивидуализации – оно также обнажило правовые пробелы и вызовы.

Анализ показал, что, при наличии развитых процедур регистрации фирменных наименований, товарных знаков и доменных имен, отсутствует единый правовой подход к их защите. Так, экспертиза обозначений при регистрации товарного знака не охватывает проверку на тождество или сходство с уже зарегистрированными фирменными наименованиями и доменными именами, что способствует возникновению конфликтов. Судебные механизмы разрешения таких споров основаны на принципе приоритета в случае столкновения фирменных наименований и товарных знаков, однако в отношении конфликтов между фирменными наименованиями или товарными знаками с доменными именами на практике применение этого правила затруднено отсутствием четкого правового регулирования.

⁴⁵ Нурмагамбетов Ж. А., «Регулирование доменных имен в Казахстане» (2015) *Bolotov & Partners* <https://ru.bolotovip.com/company-news/publication/regulirovanie-domennyh-imen/> (дата обращения: 2 апреля 2025 года).

Правовая неопределенность и отсутствие четкого статуса доменного имени как объекта интеллектуальных или гражданских прав продолжают порождать сложности в правоприменении. В этой связи проблемы правоприменительной практики будут рассмотрены в следующем разделе.

РАЗДЕЛ 2. Конфликты между товарными знаками, фирменными наименованиями и доменными именами

2.1. Причины и типология конфликтов: конкуренция между средствами индивидуализации и доменными именами

На сегодняшний день механизмы регистрации фирменных наименований, товарных знаков и доменных имен в Республике Казахстан функционируют параллельно. Данная ситуация, ввиду отсутствия координации между соответствующими уполномоченными органами порождает конфликты, вытекающие в судебные споры, по причине нарушения прав на различные средства индивидуализации и доменные имена.

Основным корнем таких конфликтов является отсутствие проведения экспертизы или проверки в других реестрах. Например, при государственной регистрации юридического лица через портал eGov.kz осуществляется автоматическая проверка на уникальность только в пределах государственной базы данных юридических лиц, без учёта ранее зарегистрированных товарных знаков и доменных имен. При этом, в соответствии с требованиями статьи 38 и статьи 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан, не допускается использование фирменных наименований, тождественных уже зарегистрированным фирменным наименованиям.

Таким образом, отсутствие единого механизма сверки между базами создаёт условия для регистрации наименований, потенциально нарушающих права других субъектов.

Аналогичная проблема наблюдается и при проведении экспертизы заявок на регистрацию обозначений в качестве товарных знаков, осуществляемой через РГП «Национальный институт интеллектуальной собственности». Несмотря на проведение экспертизы обозначений с целью выявления на тождество и сходство с уже зарегистрированными и заявленными товарными знаками, сопоставление с фирменными наименованиями и доменными именами законодательством не предусмотрено.

Следовательно, обозначение, уже используемое в качестве фирменного наименования или доменного имени, может быть зарегистрировано в качестве товарного знака другим лицом, что создаёт риск возникновения конфликта. Тем не менее, действующее законодательство Республики Казахстан отчасти предусматривает механизм разрешения таких споров. В частности, согласно статье 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан, приоритет предоставляется тому **средству индивидуализации**, права на которое возникли ранее — будь то товарный знак или фирменное

наименование. Тем самым закрепляется принцип приоритета как основной критерий разрешения конкуренции между обозначениями.

Стоит отметить, что доменное имя на сегодняшний день не является одним из видов средств индивидуализации прямо закреплённом в законодательстве Республики Казахстан. Данная ситуация порождает ещё одну категорию конфликтов между владельцами товарных знаков или фирменных наименований с правообладателями тождественных или схожих до степени смешения доменных имен.

Регистрация доменных имен в зоне «.kz» осуществляется KazNIC по принципу «первым пришёл — первым обслужен», без проверки на наличие потенциальных конфликтов с уже существующими средствами индивидуализации. Несмотря на существование внутреннего порядка разрешения споров, KazNIC не наделён правом оценки правомерности владения доменом и не выступает арбитром в подобных ситуациях. При этом споры о праве на доменное имя разрешаются исключительно в судебном порядке.

На практике отсутствие прямого нормативного регулирования и стабильной судебной практики существенно осложняет защиту прав добросовестных правообладателей, что будет подробно представлено в следующей части.

2.2. Проблемы правоприменения в Казахстане: анализ судебных решений и их значение для формирования правовой позиции

Начиная с 2016 года, в судебной практике Республики Казахстан наблюдается устойчивый рост числа гражданских дел, связанных с посягательствами на исключительные права правообладателей средств индивидуализации, таких как фирменные наименования и товарные знаки. Одной из наиболее распространённых форм таких нарушений является недобросовестная регистрация доменных имён, тождественных или схожих до степени смешения с уже охраняемыми обозначениями. Как правило, такие действия предпринимаются с коммерческой выгодой, нарушая права правообладателей и вводя потребителей в заблуждение.

При рассмотрении подобных споров суды руководствуются положениями гражданского законодательства, регулирующего интеллектуальную собственность. Основными нормативными актами, применяемыми в данных категориях дел, являются Гражданский кодекс Республики Казахстан (ГК РК), Закон РК «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и

наименованиях мест происхождения товаров», Закон РК «О государственной регистрации юридических лиц и учетной регистрации филиалов и представительств», Закон РК «Об информатизации», а также Правила регистрации, использования и распределения доменных имен в национальном сегменте Интернета, утверждённые приказом Министра оборонной и аэрокосмической промышленности от 13 марта 2018 года № 38/НҚ.

Согласно пункту 3 статьи 961 ГК РК, к средствам индивидуализации, подлежащим правовой охране, относятся фирменные наименования, товарные знаки (включая знаки обслуживания), географические указания, наименования мест происхождения товаров, а также иные средства, предусмотренные ГК РК и иными законами.

Стоит отметить, что в случаях, когда возникает конфликт между правами на фирменное наименование и товарный знак, применяется правило приоритета, установленное пунктом 3 статьи 1020 ГК РК: преимущество предоставляется тому обозначению, права на которое возникли ранее. Однако аналогичное правило в отношении доменных имён на уровне законодательства не закреплено, что свидетельствует о наличии пробела в правовом регулировании.

В ситуации, когда предметом спора становится использование товарного знака в доменном имени без разрешения правообладателя, суды, как правило, ссылаются на статью 43 Закона о товарных знаках. Данная норма рассматривает как нарушение исключительного права, а именно несанкционированное использование обозначения, схожего до степени смешения с зарегистрированным товарным знаком, в отношении однородных товаров или услуг. В случае, если товарный знак признан общеизвестным, правовая охрана распространяется на использование в любых товарах и услугах, независимо от их рода.

Что касается фирменных наименований, суды опираются на положения пункта 3 статьи 1020 ГК РК. Однако данная статья запрещает использование фирменного наименования, похожее на фирменное наименование уже зарегистрированного юридического лица настолько, что это может привести к **отождествлению соответствующих юридических лиц**, а также введению в заблуждение относительно выпускаемых ими товаров или оказываемых услуг. Другими словами, данная норма запрещает регистрацию тождественного наименования другим юридическим лицам, но никак не физическим лицам, которые тоже вправе зарегистрировать доменное имя.

В рамках судебного разбирательства часто привлекаются специалисты, целью которых является установление тождества или

степени сходства между доменным именем и охраняемым обозначением. Однако важно подчеркнуть, что наличие самого по себе тождества или визуально-фонетического сходства ещё не свидетельствует о наличии правонарушения. Статья 43 действующего Закона о товарных знаках, не содержит прямого указания на то, что использование товарного знака в составе доменного имени само по себе образует нарушение. Дополнительным критерием является использование обозначения в отношении однородных товаров или услуг, либо в случае общеизвестного товарного знака в отношении всех товаров и/или услуг, что требует комплексной оценки всех обстоятельств дела.

Несмотря на сравнительно небольшое количество судебных дел по спорам, связанным с доменными именами и средствами индивидуализации (всего 11 выявленных случаев), анализ имеющейся судебной практики в Республике Казахстан позволяет выделить две основные группы:

1) Первая — дела, касающиеся товарных знаков. При этом внутри второй группы наблюдается важная временная граница: до 2018 года и после 2018 года, что обусловлено как изменениями в нормативно-правовом регулировании, так и изменением подходов в судебной практике. Ниже представлены конкретные дела, демонстрирующие особенности рассмотрения указанных категорий споров;

2) Вторая — споры, связанные с нарушением прав на фирменные наименования.

К первой группе относятся судебные споры, в которых истцы ссылались на нарушение исключительных прав на товарные знаки в результате регистрации доменных имён, совпадающих или сходных до степени смешения с охраняемыми обозначениями.

Учитывая развитие правоприменительной практики и нормативной базы, данную группу целесообразно подразделить на два временных периода: до 2018 года и после 2018 года.

Такое разграничение обусловлено как крупными изменениями и дополнениями в Закон о товарных знаках.

Так, до 2018 года редакция статьи 43 Закона о товарных знаках имела следующее содержание: «1. Нарушением исключительного права владельца товарного знака или права пользования наименованием места происхождения товара признается несанкционированное введение товарного знака или наименования места происхождения товара или обозначений, сходных с ними до степени смешения, в гражданский оборот в отношении однородных товаров и услуг, а в случае общеизвестного товарного знака - в отношении любых товаров и услуг.

Нарушением исключительного права владельца товарного знака или права пользования наименованием места происхождения товара также признается несанкционированное использование товарного знака или наименования места происхождения товара в общедоступных телекоммуникационных сетях (Интернете и других).»

Таким образом, приведённая норма устанавливает два самостоятельных основания, при которых действия третьих лиц признаются нарушением исключительных прав правообладателя товарного знака.

Во-первых, нарушением признаётся несанкционированное введение в гражданский оборот товарного знака, или обозначений, сходных с ними до степени смешения, в отношении однородных товаров и услуг. При этом, если товарный знак обладает статусом общеизвестного, правовая охрана усиливается путем распространяется на все товары и услуги без исключения, а не только на те, для которых он зарегистрирован.

Во-вторых, статья предусматривает дополнительное основание для признания нарушения — несанкционированное использование товарного знака в общедоступных телекоммуникационных сетях, включая Интернет. В этой связи законодатель прямо указывает на возможность наступления ответственности за неправомерное использование объекта интеллектуальной собственности в цифровой среде, включая использование в доменном имени, даже при отсутствии его непосредственного ввода в товарный оборот.

Так, например, в деле №6001-16-00-ЗГ/1079 Верховный Суд Республики Казахстан рассмотрел гражданское дело по иску Индивидуальный предприниматель Бодров С.М. (далее – ИП БодровС.М.) к товариществу с ограниченной ответственностью «Raska» (далее – товарищество) о признании неправомерным использование товариществом буквенного обозначения «ochkarik» в доменном имени «ochkarik.kz», запретить товариществу использовать доменное имя с буквенным обозначением «ochkarik», отменить регистрацию доменного имени «ochkarik.kz», зарегистрированного за товариществом, запретить товариществу осуществлять реализацию оптической продукции (контактные линзы, средства по уходу за контактными линзами и т.п.), используя доменное имя «ochkarik.kz», запретить товариществу использовать буквенное обозначение «ochkarik» в сети интернет, а также на вывесках, рекламных листках, пакетах.

Суд при рассмотрении дела не только сослался на статью 43 Закона о товарных знаках, но и дал пояснения к данной норме, указав на то, что из указанной нормы следует, что нарушением прав владельца товарного знака является несанкционированное введение

в гражданский оборот не только объектов права интеллектуальной собственности, но и обозначения, сходного с этими объектами до степени смешения. Доменное имя является обозначением в силу соответствующей нормы Правил регистрации, использования и распределения доменного пространства казахстанского сегмента сети Интернет, утвержденных приказом Министра связи и информации от 07 июля 2010 года за № 220.

Суды первой и второй инстанции не приняли во внимание то обстоятельство, что товарные знаки истца уже зарегистрированы и охраняются в Казахстане. До настоящего времени их регистрация никем не отменена и не признана недействительной.

Суды отказали истцу в защите его прав на охраняемые в Республике Казахстан товарные знаки по основаниям, не предусмотренных Законом о товарных знаках, чем грубо нарушили не только указанный закон, но и статью 4 Мадридского соглашения. Действие Мадридского соглашения распространяется на Казахстан с 16 февраля 1993 года в соответствии с Декларацией Республики Казахстан о Международных договорах в области охраны промышленной собственности.

Рассмотренное дело наглядно демонстрирует, каким образом до 2018 года положения статьи 43 Закона о товарных знака применялись в контексте конфликтов, связанных с использованием товарных знаков в доменных именах. Верховный Суд Республики Казахстан, дав расширительное толкование указанной нормы, подтвердил, что доменное имя может рассматриваться в качестве обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком, а следовательно — объектом, через который возможно нарушение исключительного права.

В отличие от дела по доменному имени ochkarik.kz, в котором Верховный Суд Республики Казахстан пришёл к выводу о наличии нарушения, дело, рассмотренное Алматинским районным судом города Астаны 2 июня 2009 года по иску Inter IKEA Systems BV к Айтмаганбету М.Д., демонстрирует иную ситуацию, в которой суд отказал в удовлетворении иска о прекращении использования доменного имени ikea.kz.

Компания-истец ссылалась на свои исключительные права на товарный знак IKEA, зарегистрированный в Казахстане в 2008 году, и указывала, что доменное имя ikea.kz, зарегистрированное на имя ответчика, создаёт угрозу нарушения её прав и вводит потребителей в заблуждение. Однако суд, проанализировав доводы сторон и обстоятельства дела, пришёл к иному выводу.

Во-первых, суд установил, что доменное имя ikea.kz было зарегистрировано ответчиком в 2004 году, то есть до даты

регистрации товарного знака в Казахстане. Соответственно, момент возникновения прав на доменное имя предшествовал появлению прав на товарный знак, что исключает применение принципа приоритета в пользу истца.

Во-вторых, было доказано, что деятельность Айтмаганбета М.Д. по созданию доменного имени была связана с иным проектом — Международной Казахстанско-Английской Ассоциацией (International Kazakh-English Association), не имеющей отношения к деятельности компании IKEA и не пересекающейся по товарным классам, в которых охраняется знак. Суд обоснованно указал на отсутствие однородности товаров и услуг, что является необходимым критерием для признания нарушения в соответствии со статьёй 43 Закона о товарных знаках.

В-третьих, не было установлено фактического ввода в гражданский оборот товаров или услуг под обозначением ikea.kz, которое могло бы создать ложную ассоциацию с истцом. Использование доменного имени в рамках некоммерческой инициативы, направленной на развитие студенческого сотрудничества, суд расценил как добросовестное. Также отсутствовали доказательства намерения ввести потребителей в заблуждение или извлечь выгоду из репутации известного бренда.

Таким образом, суд пришёл к выводу, что использование доменного имени ikea.kz в данном случае не нарушает исключительные права владельца товарного знака, не является актом недобросовестной конкуренции и не влечёт правовых последствий, указанных в Законе о товарных знаках. Учитывая это, иск компании Inter IKEA Systems BV был оставлен без удовлетворения.

Более того, данное дело иллюстрирует, что для признания нарушения исключительных прав недостаточно лишь наличия сходства между товарным знаком и доменным именем. Существенное значение имеют такие обстоятельства, как приоритет прав, наличие однородности товаров и услуг, действительный характер деятельности ответчика, а также намерение использовать обозначение в коммерческих целях. Судебный подход в данном случае подтверждает необходимость всесторонней оценки конкретных фактов и исключает формальный подход к оценке совпадений в обозначениях.

Другая ситуация обстоит с судебными спорами после 2018 года. Именно в этом году в Закон Республики Казахстан о товарных знаках были внесены существенные поправки, затронувшие в том числе статью 43. В действующей редакции данная норма сформулирована следующим образом: «1. Нарушением исключительного права на

товарный знак или права пользования географическим указанием и наименованием места происхождения товара признается введение без согласия владельца (правообладателя) товарного знака или без согласия владельца географического указания и наименования места происхождения товара или обозначений, сходных с ними до степени смешения, в оборот в отношении однородных товаров или услуг, а в случае общеизвестного товарного знака - в отношении всех товаров и услуг.

Нарушением исключительного права владельца (правообладателя) товарного знака или владельца права пользования географическим указанием и наименованием места происхождения товара также признается использование товарного знака или географического указания и наименования места происхождения товара в **средствах массовой информации**».

Новая редакция частично изменила перечень правонарушений, включив использование товарного знака (или географического указания/НМПТ) в средствах массовой информации. Теперь под нарушение подпадает не только фактическое использование обозначения на товарах, но и его упоминание или отображение в информационных ресурсах, что может вводить в заблуждение потребителей или создавать ложную ассоциацию с правообладателем.

Важно учитывать, что категория "средства массовой информации" в контексте нарушения прав на товарный знак не ограничивается только традиционными медиа, такими как телевидение, радио или печатные издания. В соответствии с пунктом 4 статьи 1 Закона Республики Казахстан «О средствах массовой информации» (СМИ), к СМИ также относятся **интернет-ресурсы**, что означает, что публичное размещение информации в Интернете подпадает под сферу действия этой нормы.

Одновременно с этим, пункт 46) статьи 1 Закона Республики Казахстан «Об информатизации» конкретизирует, что под **интернет-ресурсом** понимается совокупность информации, размещённой на аппаратно-программном комплексе, имеющем уникальный сетевой адрес и/или **доменное имя**, функционирующем в сети Интернет.

Таким образом, доменное имя может быть не только элементом технической инфраструктуры, но и частью интернет-ресурса, который в определённых случаях признаётся средством массовой информации. Следовательно, использование товарного знака в доменном имени может при соответствующих условиях рассматриваться как использование в СМИ, если сайт, к которому привязано данное доменное имя, предназначен для периодического или непрерывного распространения информации широкому кругу

лиц (например, информационный портал, интернет-магазин, блог или иная публичная веб-платформа).

С одной стороны, данная норма усиливает охрану товарных знаков в цифровой среде и даёт правовую основу для пресечения не только коммерческого, но и информационного или репутационного паразитирования на известных обозначениях. В то же время, при квалификации нарушения суду необходимо установить, действительно ли доменное имя используется в составе интернет-ресурса, подпадающего под правовую категорию "СМИ", а также — влечёт ли такое использование риск введения в заблуждение потребителей или нарушения исключительных прав владельца знака.

С другой стороны, указанная норма фактически ограничила сферу признания нарушения прав на товарный знак, сузив её до случаев использования обозначений исключительно в контексте средств массовой информации в отличие от предыдущей редакции до 2018 года.

Следует отметить, что в 2024 году Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации» утратил силу, и ему на смену был принят Закон «О масс-медиа». В результате введения нового нормативного акта определение средств массовой информации было пересмотрено и сузилось, охватывая в настоящее время лишь периодические печатные издания, телеканалы, радиоканалы и интернет-издания. Такая законодательная конкретизация, с одной стороны, повысила определённую и системность в правовом регулировании медиапространства, однако, с другой стороны, привела к исключению доменных имён как самостоятельных интернет-ресурсов из сферы охвата данной нормы.

Таким образом, использование товарного знака в доменном имени больше не может квалифицироваться как нарушение прав на товарный знак на основании статьи 43 Закона о товарных знаках в части использования в СМИ, что влечёт за собой существенное сужение механизмов правовой защиты в цифровой среде.

В связи с этим правообладателю становится значительно труднее обосновать факт нарушения исключительных прав на товарный знак в случаях киберсквоттинга, когда ответчик ограничивается лишь регистрацией и использованием доменного имени, не осуществляя при этом реализацию товаров или оказание услуг.

Прекрасным примером данной ситуации служит гражданское дело, рассмотренное в Семейском городском суде, связанный с товарным знаком "BOBCAT".

Компания Doosan Bobcat North America, Inc., обладающая правами на товарный знак "BOBCAT" в Казахстане для товаров в классах 7 и 12 (строительная и сельскохозяйственная техника), обнаружила, что Павел Гросс-Днепров зарегистрировал доменное имя "bobcat.kz" 26 июля 2021 года. Doosan Bobcat утверждала, что это доменное имя схоже до степени смешения с их зарегистрированным товарным знаком и может ввести потребителей в заблуждение относительно связи с их брендом. Кроме того, домен был выставлен на продажу, что указывало на возможный недобросовестный умысел со стороны ответчика.

Павел Гросс-Днепров позиционирует себя как "доменный брокер" и, по данным на 2021 год, владел около 10 000 доменных имен. Сложность дела заключалась в том, что ответчик не использовал домен для продажи товаров или услуг, схожих с теми, для которых зарегистрирован товарный знак "BOBCAT". Согласно статье 43 Закона Республики Казахстан "О товарных знаках", для признания нарушения необходимо установить сходство между используемым обозначением и зарегистрированными товарами или услугами. В этой связи суд рассмотрел вопрос о недобросовестности действий ответчика в соответствии со статьей 177 Предпринимательского кодекса Республики Казахстан, запрещающей действия, нарушающие принципы добросовестности, разумности и справедливой конкуренции в предпринимательской деятельности.

В конечном итоге, Павел Гросс-Днепров признал иск и согласился с требованиями истца, что привело к урегулированию дела без вынесения судебного решения по существу. Это означает, что суд не дал оценки наличию недобросовестности или применению правовых критериев, предусмотренных статьей 177. Если бы ответчик не признал иск, истцу было бы сложно доказать нарушение прав на товарный знак, учитывая отсутствие прямого коммерческого использования и необходимость установления сходства между доменным именем и зарегистрированными товарами или услугами. В таком случае, дело, вероятно, сосредоточилось бы на аргументе о недобросовестности, особенно если бы истец предоставил доказательства большого количества доменных имен, принадлежащих ответчику, или провел аналогию с практикой регистрации товарных знаков с недобросовестными намерениями.

До внесения поправок в 2018 году, статья 43 Закона о товарных знаках позволяла признавать нарушением несанкционированное использование товарного знака или сходного с ним обозначения в публичных телекоммуникационных сетях, включая Интернет, без необходимости доказывать сходство товаров или услуг. Однако

после внесенных изменений, для признания нарушения необходимо установить сходство товаров или услуг либо несанкционированное использование в средствах массовой информации. Это существенно усложнило защиту прав владельцев товарных знаков в случаях киберсквоттинга, вынуждая их полагаться на иски о недобросовестной конкуренции или доказательства недобросовестного умысла, вместо прямых исков о нарушении прав на товарный знак⁴⁶.

Другое дело, требующее внимание — это дело, разрешённое специализированным межрайонным экономическим судом города Алматы 14 февраля 2022 года (дело № 7527-21-00-2/11314). Оно касается защиты исключительных прав на товарный знак ROLEX, принадлежащий швейцарской компании ROLEX SA.

Истец указал, что ответчики — Крылов Ю.Е. и ТОО «KEN Consulting Group» — незаконно зарегистрировали и использовали доменное имя *rolex-service.kz*, в состав которого входило обозначение, сходное с зарегистрированным товарным знаком. Под данным доменом осуществлялась деятельность, связанная с оказанием услуг по ремонту часов, в том числе, предположительно, продукции под маркой ROLEX.

Товарный знак ROLEX зарегистрирован в Казахстане по международной регистрации № 976721 в отношении 14, 35 и 37 классов МКТУ. Суд установил, что используемое доменное имя не только воспроизводит охраняемое обозначение, но и применяется в отношении **однородных услуг**, поскольку ремонт часов отнесён к 37 классу. Суд пришёл к выводу, что действия ответчиков представляют собой несанкционированное использование обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком, в гражданском обороте посредством размещения в сети Интернет, что подпадает под признаки нарушения, предусмотренного статьёй 43 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках».

Суд удовлетворил исковые требования ROLEX SA в полном объёме, аннулировал доменное имя *rolex-service.kz*, запретил его дальнейшее использование, обязал ответчиков прекратить использование обозначения ROLEX в любой форме, включая рекламу, доменные имена и иные средства публичного представления, а также постановил уничтожить рекламные материалы, содержащие соответствующее обозначение. Кроме того, с ответчиков были взысканы судебные расходы.

Таким образом, суд дал чёткую правовую оценку использованию охраняемого товарного знака в составе доменного

⁴⁶ Zhanadilov (n X).

имени как нарушению исключительных прав правообладателя. Установление сходства между обозначением в домене и зарегистрированным товарным знаком, а также однородности предоставляемых под этим доменом услуг с теми, для которых знак зарегистрирован, послужили основанием для признания факта нарушения.

Вторую группу составляют споры, связанные с нарушением прав на фирменные наименования. В отличие от товарных знаков, правовая охрана фирменного наименования возникает с момента государственной регистрации юридического лица и не требует прохождения специальной процедуры.

Особенностью данной категории дел является то, что законодательство Республики Казахстан не содержит чётко сформулированной нормы, прямо устанавливающей ответственность за использование фирменного наименования в доменном имени. В результате, суды вынуждены исходить из общих положений Гражданского кодекса, в частности статьи 1020, оценивая наличие тождества или сходства до степени смешения между обозначениями и возможность введения в заблуждение относительно субъекта хозяйственной деятельности. Ниже приводятся дела, в которых суды анализировали соответствующие обстоятельства и вырабатывали подходы к разрешению подобных споров.

Дело по иску ТОО «Хан Шатыры» к Аяпову Валерию Дамировичу, рассмотренное судебная коллегия по гражданским делам Алматинского городского суда в 2018 году, о запрете использования доменного имени *khanshatyr.kz* представляет собой пример спора, связанного с предполагаемым нарушением исключительных прав на фирменное наименование.

Истец, юридическое лицо, зарегистрированное в 2006 году, ссылался на то, что ответчик зарегистрировал доменное имя, полностью или частично воспроизводящее его фирменное наименование, что, по мнению истца, могло ввести потребителей в заблуждение и препятствовать использованию обозначения самим правообладателем.

В обоснование заявленных требований ТОО «Хан Шатыры» ссылалось на положения статьи 1020 Гражданского кодекса Республики Казахстан, закрепляющей исключительное право юридического лица на использование своего фирменного наименования и запрещающей использование обозначений, сходных до степени смешения, если это может привести к отождествлению юридических лиц либо ввести в заблуждение относительно характера их деятельности. Истец утверждал, что регистрация и

использование доменного имени *khanshatyr.kz* нарушает данную норму, поскольку обозначение является тождественным его фирменному наименованию и может восприниматься как связанное с его деятельностью.

Однако суд первой инстанции отказал в удовлетворении иска, а апелляционная инстанция, рассмотрев жалобу истца, оставила решение без изменения. Судебная коллегия по гражданским делам Алматинского городского суда отметила, что истец не предоставил доказательств того, что ответчик использует спорное доменное имя в рамках предпринимательской деятельности или в сфере, связанной с оказанием товаров или услуг. Кроме того, судом было указано, что к моменту регистрации доменного имени оно не находилось в перечне зарезервированных или охраняемых наименований, а сам истец не предпринял мер по его предварительному бронированию, несмотря на наличие прав на фирменное наименование.

Суд подчеркнул, что при отсутствии признаков использования доменного имени в предпринимательской деятельности, а также отсутствия однородности между родом деятельности истца и возможной активностью ответчика, основания для квалификации действий ответчика как нарушения прав на фирменное наименование отсутствуют. Отсутствие регистрации доменного имени за истцом также было расценено как упущение с его стороны, не создающее запрета для третьих лиц на регистрацию свободного домена.

Таким образом, суды обеих инстанций пришли к выводу о правомерности действий ответчика и отсутствии оснований для ограничения его в праве использования зарегистрированного доменного имени. Данное дело демонстрирует, что в отсутствие коммерческого использования обозначения и при отсутствии доказанного риска введения в заблуждение, суды занимают сдержанную позицию и не признают факт нарушения исключительно на основании сходства доменного имени с фирменным наименованием.

Вывод

Параллельный механизм регистрации товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен в Казахстане, при отсутствии эффективной координации между соответствующими органами, создает благоприятную среду для возникновения правовых конфликтов. Отсутствие обязательной сверки между реестрами при регистрации обозначений способствует их дублированию и влиянию на права других правообладателей, что в

свою очередь ведет к росту числа судебных споров между владельцами различных средств индивидуализации и доменных имен.

Анализ судебной практики показал, что ключевым критерием разрешения конфликтов, возникающих между товарными знаками и фирменными наименованиями, является принцип приоритета. При этом в отношении доменных имен данный подход на законодательном уровне прямо не закреплён, что значительно усложняет защиту прав владельцев товарных знаков и фирменных наименований. Несмотря на наличие отдельных дел, в которых суды признают нарушение исключительных прав в случае недобросовестного использования доменных имен, устойчивой и предсказуемой практики пока не сложилось. Особенно это актуально в контексте изменений в законодательстве в 2018, сузившей возможности защиты товарных знаков в цифровой среде.

Кроме того, отсутствие четкого правового статуса доменных имен в связи с их неопределённым положением в системе средств индивидуализации порождают дополнительные сложности. Судебные споры, проанализированные в настоящем разделе, продемонстрировали важность комплексной оценки факторов — от приоритета и однородности товаров и услуг до характера деятельности и недобросовестности действий ответчика.

С учётом изложенного, назрела необходимость совершенствования национального законодательства, путем:

- внесения изменений в законодательные нормы в отношении средств индивидуализации;
- установление механизмов предварительной сверки реестров при регистрации;
- выработку единообразной судебной практики и правовых критериев для оценки недобросовестного поведения в цифровой среде путем вынесения соответствующего нормативного постановления Верховным Судом Республики Казахстан.

Это позволит повысить правовую определённость и обеспечить более эффективную защиту интересов правообладателей в условиях цифровизации.

Однако для совершенствования национального законодательства необходимо также провести исследование зарубежного опыта, результаты которых представлены в следующем разделе.

РАЗДЕЛ 3. Международный опыт регулирования и защиты средств индивидуализации и доменных имен

3.1. Международные соглашения и стандарты в области средств индивидуализации и доменных имен

В разделе 1.1. уже отмечалось, что международно-правовая система не использует обобщающего понятия «средства индивидуализации» в качестве самостоятельной категории, сосредотачиваясь на отдельных объектах — товарных знаках, фирменных наименованиях и др. При этом были упомянуты ключевые международные договоры, имеющие значение для правового регулирования этих объектов.

Настоящий подраздел развивает данную тему, уделяя особое внимание международным «соглашениям», регулирующим доменные имена.

Стоит сразу отметить, что в отличие от товарных знаков и фирменных наименований, доменные имена не регулируются единым международным договором, сопоставимым с Парижской конвенцией или Соглашением ТРИПС. Тем не менее, на международном уровне существует ряд механизмов и документов, которые прямо или косвенно касаются регулирования доменных имен.

Особого внимания заслуживает практика Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) по разрешению доменных споров, в частности в рамках Единой процедуры разрешения споров о доменных именах (UDRP), а также взаимодействие международных институтов, таких как ICANN, с правовыми системами различных государств.

ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers/Корпорация по присвоению имён и номеров в Интернете) представляет собой некоммерческую организацию, созданную в 1998 году и осуществляющую координацию системы доменных имён в сети Интернет. В её компетенцию входит установление регламентов и процедур, регулирующих порядок регистрации доменных имён, а также механизмов разрешения споров, вытекающих из договорных обязательств, связанных с их регистрацией⁴⁷.

Как отмечают С. М. Эльмурзаев и Я. А. Хадуева, рассмотрение споров, возникающих в связи с доменными именами, в рамках процедур ICANN осуществляется по правилам Единой политики разрешения доменных споров (UDRP). Этот механизм представляет

⁴⁷ «Что такое ICANN и чем занимается эта организация» // NIC.ru <https://www.nic.ru/help/chto-takoe-icann-11100.html> (дата обращения: 16.04.2025)

собой оперативную, экономичную и эффективную альтернативу судебному разбирательству, ориентированную на урегулирование конфликтов, связанных с регистрацией и использованием доменных имён.

Процедура разрешения спора осуществляется с участием независимых третейских судей, специализирующихся в области права доменных имён и прошедших соответствующую подготовку по применению UDRP. Для инициирования производства необходимо направить жалобу в Всемирную организацию интеллектуальной собственности (WIPO) либо в один из других арбитражных центров, аккредитованных ICANN. В жалобе должны быть изложены обстоятельства дела, а также юридические основания, на которых заявитель считает возможным рассмотрение спора в рамках UDRP.

После поступления заявления назначенный арбитр анализирует представленные сторонами материалы, заслушивает доводы и оценивает представленные доказательства. По результатам рассмотрения выносится решение, которое является обязательным для исполнения сторонами. Вместе с тем, в исключительных случаях предусмотрена возможность оспаривания данного решения в судебном порядке.

Таким образом, разрешение споров, вытекающих из договоров о регистрации доменных имён, на основе правил ICANN и процедур UDRP представляет собой действенный инструмент правовой защиты. Этот механизм обеспечивает сторонам право на представление своей позиции и доказательств, а принятые решения имеют обязательную силу и допускают ограниченные возможности для пересмотра в судебном порядке⁴⁸.

Касательно разрешения споров по доменным именам, стоит отметить роль ВОИС, а именно Центр арбитража и медиации ВОИС, учреждённый в 1994 как нейтральная, независимая и некоммерческая структура, предоставляющая услуги по разрешению споров. Центр является единственным международным учреждением, специализирующимся на альтернативных способах разрешения споров в сфере интеллектуальной собственности, а также признанным мировым лидером в области разрешения споров, возникающих по поводу доменных имён в сети Интернет⁴⁹.

⁴⁸ Эльмурзаев С. М., Хадуева Я. А., «Рассмотрение споров, возникающих из договора о регистрации доменного имени по правилам ICANN» // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 4. <https://cyberleninka.ru/article/n/rassmotrenie-sporov-voznikayuschih-iz-dogovora-o-registratsii-domen-nogo-imeni-po-pravilam-icann> (дата обращения: 16.04.2025).

⁴⁹ Евразийское патентное ведомство, Отчет о научно-исследовательской работе: Перспективы применения альтернативных способов разрешения споров по вопросам охраноспособности объектов промышленной собственности (Москва, 2023) <https://www.eapo.org/wp-content/uploads/2023/12/nir-perspektivy-primeneniya-alternativnyh->

Согласно официальной статистике за 2024 год, Центр арбитража и медиации ВОИС зарегистрировал 6 168 дел по спорам о доменных именах в рамках UDRP. Это второй по количеству дел показатель с момента создания UDRP в 1999 году, что подчёркивает продолжающуюся актуальность доменных споров в контексте защиты интеллектуальной собственности и электронной коммерции⁵⁰.

3.2. Зарубежная судебная практика: анализ ключевых дел.

Судебная практика играет ключевую роль в формировании правоприменительной традиции в сфере средств индивидуализации. Особый интерес представляют решения высших судебных инстанций России, США и Индии, в которых были затронуты вопросы правового статуса доменных имен и их соотношения с товарными знаками и фирменными наименованиями.

В частности, в российской практике заслуживает внимания позитивный подход судов к признанию доменных имен в качестве самостоятельных средств индивидуализации, а также стремление обеспечить баланс интересов правообладателей и владельцев доменов.

Так, например, 16 января 2001 Президиум Высшего Арбитражного Суда РФ от при рассмотрении спора между Корпорацией "Истман Кодак Компани" и предпринимателем без образования юридического лица Грундулу А.В. о запрещении использовать товарный знак "Kodak", зарегистрированный на имя истца, в доменном имени страницы ответчика во Всемирной компьютерной сети Интернет и о публикации судебного решения в целях восстановления деловой репутации потерпевшего.

Президиум ВАС РФ пришел к выводу о том, что *"доменные имена фактически трансформировались в средство, выполняющее функцию товарного знака, который дает возможность отличать соответственно товары и услуги одних юридических или физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц. Кроме того, доменные имена, содержащие товарные знаки или торговые наименования, имеют коммерческую стоимость"*⁵¹.

[sposobov-razresheniya-sporov-po-voprosam-ohranosposobnosti-obektov-promyshlennoj-sobstvennosti.pdf](https://www.wipo.int/amc/en/center/summary2024.html) (дата обращения: 16.04.2025).

⁵⁰ World Intellectual Property Organization (WIPO), 'WIPO ADR Highlights 2024' <https://www.wipo.int/amc/en/center/summary2024.html> accessed 16 April 2025.

⁵¹ Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 16 января 2001 г. N 1192/00. <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12022191/>

Аналогичная ситуация с другим делом, где Федеральный арбитражный суд Поволжского округа 7 июля 2011 г постановил: "доменное имя используется в сети Интернет для идентификации владельца информационного ресурса и ассоциируется у потребителя с конкретным участником хозяйственного оборота или его деятельностью... Учитывая, что информационная технология имеет определенную ценность и может быть предметом сделки, доменное имя, право его администрирования следует квалифицировать как имущественное право, заключающееся в возможности лица, зарегистрировавшего доменное имя, разместить в сети Интернет информационный ресурс, доступ к которому осуществляется пользователем сети Интернет путем набора определенных символов, составляющих доменное имя. **Доменное имя является средством индивидуализации,** которое индивидуализирует информационный ресурс, размещенный под данным доменным именем" ⁵². Другими словами, суд фактически приравнял доменное имя к сущности фирменного наименования, квалифицировал его как имущественное права и отнес к средствам индивидуализации.

Как отмечает К.В. Геец в отличие от российской судебной практики, в которой доменные имена зачастую прямо квалифицируются как средства индивидуализации, в правоприменительной системе США отсутствует единообразный подход к их правовому статусу. Вместе с тем, суды США последовательно исходят из того, что доменное имя может нарушать права владельца товарного знака, даже если оно само по себе не признается товарным знаком или иным средством индивидуализации. Основное внимание американские суды уделяют не юридической квалификации доменного имени, а его способности вводить потребителя в заблуждение относительно источника товаров или услуг⁵³.

Характерный пример – дело *Intermatic Inc. v. Toeppen* (947 F. Supp. 1227, N.D. Ill. 1996)⁵⁴, в котором суд рассмотрел ситуацию с регистрацией доменного имени *intermatic.com* без согласия правообладателя товарного знака «INTERMATIC». Несмотря на отсутствие коммерческого использования домена, суд признал факт его регистрации и предложения выкупа как коммерческое

⁵² Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 7 июля 2011 г. N А57-10483/2010 <https://base.garant.ru/39111223/>

⁵³ Геец К. В., указ. Соч., стр. 157

⁵⁴ *Intermatic Inc. v. Toeppen*, 947 F Supp 1227 (ND Ill 1996) <https://cyber.harvard.edu/property00/domain/IntermaticShort.html> accessed 16 April 2025

использование в смысле Закона о товарных знаках (Lanham Act)⁵⁵. Суд указал, что такие действия могут способствовать размыванию отличительной способности товарного знака и препятствовать его использованию в интернете. Хотя доменное имя прямо не было признано средством индивидуализации, дело стало одним из первых в США, заложивших основу для правовой борьбы с киберсквоттингом.

В более позднем деле *Planned Parenthood Federation of America, Inc. v. Bucci* (1997)⁵⁶, суд встал на сторону владельца товарного знака «PLANNED PARENTHOOD», запретив использование домена, идентичного знаку, сторонним лицом, даже если сам сайт не предлагал товары или услуги. Суд указал, что размещение информации под доменным именем, совпадающим с известным товарным знаком, может вводить пользователей в заблуждение относительно источника или одобрения контента, что также нарушает положения Lanham Act.

Особо значимым стал прецедент Верховного суда США в деле *United States Patent and Trademark Office v. Booking.com B.V.* (2020)⁵⁷, в котором суд признал, что доменное имя Booking.com может быть зарегистрировано в качестве товарного знака. Несмотря на то, что слово "booking" является родовым термином, суд указал, что в сочетании с доменной зоной ".com" оно приобрело различительную способность, поскольку воспринимается потребителями как обозначение конкретного поставщика услуг. Это решение подтвердило, что в системе американского права доменное имя может быть зарегистрировано как товарный знак при наличии достаточной степени узнаваемости и различительной способности.

Таким образом, подход судов США заключается в оценке доменного имени с точки зрения вероятности введения потребителя в заблуждение и наличия различительной способности, а не в формальном признании его средством индивидуализации с последующим предоставлением правовой защиты. Это формирует более гибкий механизм защиты прав на знаки и имена в условиях цифровой среды.

В индийской судебной практике доменные имена могут быть рассмотрены как объекты правовой охраны, аналогично товарным знакам, особенно в случаях, когда они приобрели различительную

⁵⁵ Trademark Act of 1946 (Lanham Act), 15 U.S.C. §§ 1051–1141n (as amended up to Public Law No. 116–260) <https://www.wipo.int/wipolex/en/legislation/details/21469> accessed 16 April 2025

⁵⁶ *Planned Parenthood Federation of America, Inc. v. Bucci*, 1997 WL 133313 (SDNY Mar. 24, 1997) <https://cyber.harvard.edu/property/domain/ppfa.html> accessed 16 April 2025

⁵⁷ *United States Patent and Trademark Office v. Booking.com B.V.*, 591 U.S. ____ (2020) https://www.supremecourt.gov/opinions/19pdf/19-46_8n59.pdf accessed 16 April 2025.

способность и ассоциируются с определённым источником товаров или услуг.

В деле *Yahoo! Inc. против Akash Arora & Anr.* компания Yahoo! Inc. подала иск против Акеша Арора, который зарегистрировал доменное имя yahooindia.com и предоставлял услуги, аналогичные тем, что предлагала Yahoo! Inc. Суд установил, что использование доменного имени, схожего с известным товарным знаком, может вводить потребителей в заблуждение и нарушать права владельца товарного знака. Суд признал, что доменное имя выполняет функцию «средства индивидуализации» в интернете и подлежит защите наравне с товарным знаком⁵⁸.

В другом деле, *Tata Sons Limited против Manu Kosuri & Ors.* (2001), компания Tata Sons Limited обнаружила, что ответчик зарегистрировал серию доменных имён, включающих её известный товарный знак "TATA", таких как jrdata.com, ratantata.com и другие. Суд отметил, что доменные имена являются важными корпоративными активами и заслуживают такой же защиты, как и товарные знаки. Однако, было вынесено решение о постоянном запрете на использование ответчиком доменных имён, содержащих товарный знак "TATA"⁵⁹.

В деле *Satyam Infoway Ltd. против Sifynet Solutions Pvt. Ltd.* (2004) Верховный суд Индии подтвердил, что доменные имена могут быть защищены от недобросовестного использования по аналогии с товарными знаками. Суд указал, что доменные имена, приобретающие различительную способность и ассоциирующиеся с определённым источником товаров или услуг, подлежат защите от действий, вводящих потребителей в заблуждение⁶⁰.

Таким образом, индийская судебная практика признаёт доменные имена как средства индивидуализации в цифровом пространстве, особенно когда они приобрели различительную способность и ассоциируются с определённым источником товаров или услуг.

⁵⁸ *Yahoo! Inc. v. Akash Arora & Anr.*, 78 (1999) DLT 285 (Delhi High Court) <https://www.khuranaandkhurana.com/2023/07/10/yahoo-inc-v-akash-arora-anr1999-delhi-hc/> accessed 16 April 2025

⁵⁹ *Tata Sons Limited v. Mr. Manu Kosuri & Ors.*, 2001 PTC 432 (Delhi High Court) <https://indiancasetlaw.in/5307/> accessed 16 April 2025

⁶⁰ *Satyam Infoway Ltd. v. Sifynet Solutions Pvt. Ltd.*, AIR 2004 SC 3540 <https://indiankanoon.org/doc/1630167/> accessed 16 April 2025

3.3. Перспективы применения международного опыта в правоприменительной практике Казахстана

Как уже отмечалось в разделе 1.1, международно-правовая система не использует обобщающего понятия «средства индивидуализации» в качестве самостоятельной категории, сосредотачивая внимание на отдельных объектах, таких как товарные знаки и фирменные наименования. Вместе с тем, в условиях цифровизации хозяйственного оборота всё большую значимость приобретает правовой режим доменных имён, особенно в контексте их соотношения с уже охраняемыми обозначениями.

В отличие от товарных знаков, доменные имена не охватываются каким-либо универсальным международным договором, сопоставимым с Парижской конвенцией или Соглашением ТРИПС. Однако на международном уровне выработан целый ряд механизмов, прямо или косвенно регулирующих споры о доменных именах. Наиболее значимым из них является Единая политика разрешения споров о доменных именах (UDRP), разработанная ICANN и реализуемая, в том числе, через Центр арбитража и медиации Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС).

Процедура UDRP зарекомендовала себя как оперативный и экономически эффективный способ разрешения доменных споров. По состоянию на 2024 год, Центром ВОИС было рассмотрено 6 168 дел, что стало вторым по числу показателем с момента запуска механизма в 1999 году. Принципы, лежащие в основе UDRP, предполагают независимость рассмотрения, ограниченность по срокам, соблюдение состязательности, а также обязательность принятых решений при ограниченной возможности их пересмотра в судебном порядке. Особое значение представляет участие арбитров, обладающих профессиональной квалификацией в области права интеллектуальной собственности и информационных технологий.

Указанный международный опыт мог бы быть полезным для Казахстана с точки зрения институционального развития механизмов разрешения споров в сфере доменных имён. В частности, возможно заимствование подхода Центра арбитража и медиации ВОИС, предусматривающего рассмотрение соответствующих конфликтов в досудебном порядке — через арбитраж или медиацию. Это позволило бы разгрузить суды и обеспечить более гибкую, оперативную и профессионально ориентированную процедуру рассмотрения споров между владельцами средств индивидуализации и доменных имён.

В то же время, заимствование международного опыта не обязательно должно предполагать приравнивание доменных имён к средствам индивидуализации в узкоформальном смысле. Несмотря на то, что перечень средств индивидуализации в статье 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан открыт, уже сложившаяся судебная практика, пусть и ограниченная, демонстрирует способность отечественной системы воспринимать и применять гибкие подходы к защите прав в цифровой среде. Таким образом, задача казахстанского законодательства заключается не столько в формальном расширении перечня охраняемых объектов, сколько в устранении имеющихся пробелов и противоречий.

В частности, актуальным представляется вопрос пересмотра положений статьи 43 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» в части формулировки основания для признания нарушения прав. Как было показано в предыдущем подразделе, до 2018 года правовая конструкция предусматривала ответственность за несанкционированное использование товарного знака в телекоммуникационных сетях. Однако с 2018 года в норме была закреплена формулировка «использование в средствах массовой информации», которая, в свете последующих изменений законодательства о масс-медиа в 2024 году, существенно сузила сферу действия нормы и исключила доменные имена из её охвата. Возвращение к более широкой формулировке, охватывающей использование обозначений в телекоммуникационных средах, является необходимым шагом для усиления позиций владельцев товарных знаков в случаях недобросовестного использования тождественного или сходного до степени смешения обозначения в доменном имени с товарного знаком правообладателя.

Также целесообразно рассмотреть возможность внедрения механизма автоматической предварительной сверки между реестрами товарных знаков, фирменных наименований и доменных имён при регистрации соответствующих обозначений. Такая мера предотвратила бы значительную часть конфликтов, влекущих судебные споры, и повысила бы уровень правовой определённости.

Вывод

Международная практика показывает, что несмотря на отсутствие универсального договора, регулирующего доменные имена наравне с товарными знаками, разработанные механизмы, такие как процедура UDRP, эффективно решают споры в этой сфере

и могут служить ориентиром для Казахстана. В частности, внедрение досудебных процедур арбитража и медиации, аналогичных практике ВОИС, позволило бы оптимизировать разрешение конфликтов между владельцами товарных знаков и доменных имен.

Казахстанское законодательство, обладая открытым перечнем средств индивидуализации, обладает потенциалом для гибкой адаптации к цифровым реалиям. Однако отсутствие четких норм в отношении доменных имён, включая их сопоставление с охраняемыми обозначениями, продолжает порождать правовые пробелы. В этой связи требуется точечное совершенствование действующего законодательства: пересмотр статьи 43 Закона Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров» в части расширения охвата цифровых нарушений и внедрение механизма автоматической сверки обозначений между реестрами товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен. Эти меры позволят повысить уровень защиты прав правообладателей и обеспечить правовую определённость в цифровой среде.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование подтвердило, что цифровизация оказывает существенное влияние на средства индивидуализации (товарные знаки и фирменные наименования), а также на роль доменных имен. В условиях стремительного развития цифровых технологий возникают новые правовые вызовы, с которыми существующая нормативно-правовая база сталкивается далеко не всегда успешно.

Международно-правовая система не признаёт доменные имена в качестве самостоятельных средств индивидуализации, однако в условиях цифровизации правовой режим доменных имён приобретает всё большее значение и требует системного правового регулирования на национальном уровне.

В ходе анализа было установлено, что казахстанское законодательство демонстрирует гибкость за счёт открытого перечня средств индивидуализации в статье 961 Гражданского кодекса Республики Казахстан. Это создаёт потенциал для дальнейшего правового признания доменных имён как особой категории, обладающей признаками средства индивидуализации. Вместе с тем отсутствие чёткого правового статуса доменного имени, а также отсутствие единого координационного механизма между реестрами товарных знаков, фирменных наименований и доменных имён способствует росту числа правовых конфликтов. В этих условиях признание фактической роли доменного имени в хозяйственном обороте приобретает особую актуальность и должно сопровождаться развитием эффективных механизмов его правовой защиты — даже без необходимости формального приравнивания его к традиционным средствам индивидуализации.

Судебная практика Казахстана в данной сфере находится на стадии становления. Несмотря на отдельные положительные примеры, подходы судов зачастую неустойчивы и зависят от конкретных обстоятельств конкретного дела, что затрудняет формирование единообразного правоприменения. Особенно остро стоит вопрос применения норм о нарушении прав на товарный знак при использовании обозначений в доменных именах, где действующее законодательство сужает сферу ответственности, ограничивая её лишь случаями использования в средствах массовой информации. В этой связи представляется целесообразным рассмотреть возможность издания нормативного постановления Верховного Суда Республики Казахстан по вопросам защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Такой акт мог бы обеспечить правовую определённость и единообразие судебной практики при разрешении споров, связанных с доменными именами,

а также способствовать дальнейшему развитию национальной системы охраны средств индивидуализации.

В исследовании также подчеркнута необходимость:

- обновления законодательства, в частности статьи 43 Закон Республики Казахстан «О товарных знаках, знаках обслуживания, географических указаниях и наименованиях мест происхождения товаров», с учетом современных форм цифрового использования объектов интеллектуальной собственности;
- внедрения автоматизированных механизмов сверки при регистрации товарных знаков, фирменных наименований и доменных имен.

Международный опыт (например, UDRP, решения ВОИС) и практика других государств могут представлять ценность для Казахстана с учётом национальной специфики.

Таким образом, предложенные в работе теоретические выводы и практические рекомендации направлены на формирование более эффективной системы правового регулирования средств индивидуализации в цифровой среде и могут быть использованы в нормотворчестве, правоприменении и научных разработках.

БИБЛИОГРАФИЯ

Международные договоры и соглашения

1. Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883) WIPO.
2. Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (adopted 14 April 1891, as amended 2 October 1979)
3. Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (Madrid Protocol) (1989)
4. Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (adopted 15 June 1957, as amended 28 September 1979)
5. Convention Establishing the World Intellectual Property Organization (WIPO Convention)
6. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement) (1994)
7. Treaty on Trademark Law (adopted 27 October 1994, entered into force 1 August 1996)
8. Singapore Treaty on the Law of Trademarks (adopted 27 March 2006, entered into force 16 March 2009)

Законы

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан (общая часть). Введен в действие постановлением Верховного Совета РК от 27 декабря 1994 года № 269-хII. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1006061 (дата обращения: 19 апреля 2025 г.)
2. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409-ІІ https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1013880 (дата обращения: 19 апреля 2025 г.)
3. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
4. Гражданский кодекс Республики Узбекистан, статья 1131 <https://lex.uz/docs/180550#193746> (дата обращения: 13 апреля 2025 г.)
5. Гражданский кодекс Кыргызской Республики, часть 4, статья 1108 <https://wipo.lex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/ru/kg/kg077ru.pdf> (дата обращения: 13 апреля 2025 г.)

6. Гражданский кодекс Республики Таджикистан, часть 3, статья 1112 <https://ncpi.tj/wp-content/uploads/2020/02/2.-ГРАЖДАНСКИЙ-КОДЕКС-ПТ-ч.-3.pdf> (дата обращения: 13 апреля 2025 г.)
7. Закон Республики Казахстан от 24 ноября 2015 г. № 418-V «Об информатизации» https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=33885902 (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
8. Правила интеллектуальной собственности Международного финансового центра «Астана» (AIFC Intellectual Property Regulations, 2024) <https://aifc.kz/legal-framework/aifc-intellectual-property-regulations/> (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
9. Приказ Министра юстиции Республики Казахстан от 29 августа 2018 г. № 1349 <https://www.gov.kz/memleket/entities/sko-akzhar/press/news/details/221649?lang=ru> (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
10. Kazakhstan Association of IT Companies, «Порядок внедрения домена “ҚАЗ”» (2012) https://www.nic.kz/docs/poryadok_vnedreniya_kaz_ru.pdf (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)

Книги и учебники

1. Амангельды А.А., Право интеллектуальной собственности Республики Казахстан (Алматы, 2021) <https://bestprofi.com/document/2994180111?0> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)
2. Баймолдина З.К., Каудыров Т.Е. (ред.), Право интеллектуальной собственности Республики Казахстан: учебное пособие (Институт законодательства Республики Казахстан, 2013) <https://ineu.edu.kz/uploads/files/files/Uchebnoe-posobie-pravo-intellektualnoi-sobstvennosti.pdf> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)
3. Белов В.В., Витальев Г.В., Денисов Г.М., Интеллектуальная собственность: законодательство и практика его применения (Юрист, 2002)
4. Геец К.В., Доменные имена и доменные споры в России и за рубежом: монография (Проспект, 2023)
5. Городов О.А., Право на средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования, коммерческие обозначения) (Wolters Kluwer Russia, 2006) https://books.google.kz/books/about/Право_на_средства_инд.html?id=RXNHYYWYJs0oC (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)

6. Зенин И.А., Право интеллектуальной собственности: учебник для вузов (11-е изд., Юрайт, 2024)
7. Кожемякин Д.В., Доменное имя в системе объектов гражданских прав: монография (Прспект, 2019)
<https://e.lanbook.com/book/150914> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)
8. Мороз Н.В. (ред.), Основы управления интеллектуальной собственностью: курс лекций (Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2023)
9. Наумов В.Б., Право и Интернет: очерки теории и практики (Москва, 2002)
10. Рассолов И.М., Право и Интернет: теоретические проблемы (2-е изд., Норма, 2009)

Научные статьи

1. Амангельды А.А., 'Законодательство Казахстана в сфере интеллектуальной собственности: проблемы совершенствования' (Zakon.kz)
https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36990410 (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
2. Bulat N, 'A Domain Name and a Trademark: A Comparison and a Relationship According to Ukrainian Legislation' (2020) 10(3) The Lawyer Quarterly 324 <https://www.ilaw.cas.cz/tlq> accessed 14 April 2025
3. Калятин В.О., 'Изменения системы объектов интеллектуальных прав в связи с принятием четвертой части Гражданского кодекса' (2007) 4 Закон 65
4. Картсхия А.А., 'Цифровая революция: новые технологии и новая реальность' (2017) 1 Правовая информатика
<https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-revolutsiya-novye-tehnologii-i-novaya-realnost> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)
5. Казаченок О.П., 'Средства индивидуализации хозяйствующих субъектов в международном обороте' (2021) 2 Евразийская адвокатура
<https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-individualizatsii-hozyaystvuyuschih-subektov-v-mezhdunarodnom-oborote> (дата обращения: 1 апреля 2025 г.)
6. Каудыров Т. Е, «Моя практика участия в споре о столкновении права на товарный знак и прав, вытекающих из регистрации доменного имени» // Интеллектуальная собственность Казахстана. 2010. № 1. С. 28–36.
<https://gazpatent.kz/sites/default/files/journal/1.2010.pdf> (дата обращения: 16.04.2025)

7. Мынбаева Н.Б., Медяева А.Р., 'Понятие товарного знака в Республике Казахстан как правовая категория' (2021) 9(3) Вестник науки и образования <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-tovarnogo-znaka-v-respublike-kazahstan-kak-pravovoy-kategorii> (дата обращения: 1 апреля 2025 г.)
8. Нурмагамбетов Ж.А., 'Правовая природа товарного знака как средства индивидуализации в Казахстане' (2022) 2(139) Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва. Серия: Право <https://repository.enu.kz/handle/enu/4678?locale-attribute=en> (дата обращения: 1 апреля 2025 г.)
9. Нурмагамбетов Ж.А., 'Регулирование доменных имён в Казахстане' (Bolotov & Partners, 2015) <https://ru.bolotovip.com/company-news/publication/regulirovanie-domennyh-imen/> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)
10. Пальшина Т.В., 'Доменное имя и средство индивидуализации: антагонизм или конвергенция' (2010) 2 Интеллектуальная собственность в Беларуси 27–28 <https://elib.psu.by/bitstream/123456789/43057/1/27-28.pdf> (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
11. Серго А.Г., Мозгов М.В., 'Споры владельцев средств индивидуализации юридических лиц и их продукции с администраторами доменов' <https://cepro.pф/articles/spori-vladelcev-sredstv-individualizacii-yuridicheskikh-lic-i-ih-produkcii-s-administratorami-domenov.htm> (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
12. Сысоева А., 'Доменное имя и интеллектуальная собственность' (Zakon.ru, 6 августа 2018 г.) https://zakon.ru/blog/2018/8/6/domennoe_imya_i_intellektualnaya_sobstvennost#_ftn1 (дата обращения: 3 апреля 2025 г.)
13. Толмачева О.Д., 'Товарный знак как объект интеллектуальной собственности и его основные функции' // Правовая защита, экономика и управление интеллектуальной собственностью: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, УрФУ 2015), т. 1, 114–117 <https://elar.urfu.ru/handle/10995/32919?mode=full> (дата обращения: 1 апреля 2025 г.)
14. Шахназаров Б.А., 'Отдельные терминологические вопросы международно-правового регулирования средств индивидуализации' (2016) 6 Актуальные проблемы российского права <https://cyberleninka.ru/article/n/otdelnye-terminologicheskie-voprosy-mezhdunarodno-pravovogo-regulirovaniya-sredstv-individualizatsii> (дата обращения: 1 апреля 2025 г.)

15. Эльмурзаев С. М., Хадуева Я. А., «Рассмотрение споров, возникающих из договора о регистрации доменного имени по правилам ICANN» // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 4. <https://cyberleninka.ru/article/n/rassmotrenie-sporov-voznikayuschih-iz-dogovora-o-registratsii-domennogo-imeni-po-pravilam-icann> (дата обращения: 16.04.2025).
16. Zhanadilov B, 'Cybersquatting in Kazakhstan: The Bobcat Trademark Dispute' (Kluwer Trademark Blog, 27 February 2025) <https://trademarkblog.kluweriplaw.com/2025/02/27/cybersquatting-in-kazakhstan-the-bobcat-trademark-dispute/> accessed 3 April 2025

Научные конференции

Андронов А.С., 'Проблема доменных имён' (в рамках Международной конференции «Право и Интернет: теория и практика») <http://www.ifap.ru/pi/05/andronov.htm> (дата обращения: 2 апреля 2025 г.)

Отчеты

1. Евразийское патентное ведомство, Отчет о научно-исследовательской работе: Перспективы применения альтернативных способов разрешения споров по вопросам охраноспособности объектов промышленной собственности (Москва, 2023) <https://www.eapo.org/wp-content/uploads/2023/12/nir-perspektivy-primeneniya-alternativnyh-sposobov-razresheniya-sporov-po-voprosam-ohranosposobnosti-obektov-promyshlennoj-sobstvennosti.pdf> (дата обращения: 16.04.2025).
2. World Intellectual Property Organization (WIPO), 'WIPO ADR Highlights 2024' <https://www.wipo.int/amc/en/center/summary2024.html> accessed 16 April 2025.

Судебные дела в Республике Казахстан

1. Постановление Верховного Суда Республики Казахстан №6001-16-00-3Г/1079 от 22 февраля 2016 года;
2. Решение специализированного межрайонного экономического суда города Алматы по делу №7527-21-00-2/11314 от 14 февраля 2022 года;
3. Решение специализированного межрайонного экономического суда города Алматы по делу №7527-23-2/3483 от 20 июня 2022 года;

4. Решение специализированного межрайонного экономического суда Алматинской области по делу №1912-22-00-2/215 от 8 апреля 2022 года;
5. Решение специализированного межрайонного экономического суда города Алматы по делу №19-00-2/3135 от 27 мая 2019 года;
6. Постановление Алматинского городского суда по делу №7599-19-00-2а/7091 от 04 сентября 2019 года;
7. Решение специализированного межрайонного экономического суда Карагандинской области по делу №3514-17-00-2/5952 от 12 апреля 2018 года;
8. Решение специализированного межрайонного экономического суда города Алматы по делу №7527-20-00-2/5665 от 18 января 2021 года;
9. Решение Семейского городского суда по делу №1011-23-00-2/4817 от 14 ноября 2023 года;
10. Решение межрайонного суда по гражданским делам города Астаны по делу №7142-24-00-2/24046 от 22 ноября 2024 года;
11. Решение Семейского городского суда по делу №1011-24-00-2/3514 от 23 октября 2024 года.

Судебные дела Российской Федерации

1. Постановление Федерального арбитражного суда Поволжского округа от 7 июля 2011 г. N А57-10483/2010 <https://base.garant.ru/39111223/>
2. Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 16 января 2001 г. N 1192/00. <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12022191/>

Судебные дела США

1. Intermatic Inc. v. Toeppen, 947 F Supp 1227 (ND Ill 1996) <https://cyber.harvard.edu/property00/domain/IntermaticShort.html> accessed 16 April 2025;
2. Planned Parenthood Federation of America, Inc. v. Bucci, 1997 WL 133313 (SDNY Mar. 24, 1997) <https://cyber.harvard.edu/property/domain/ppfa.html> accessed 16 April 2025;
3. United States Patent and Trademark Office v. Booking.com B.V., 591 U.S. ____ (2020) https://www.supremecourt.gov/opinions/19pdf/19-46_8n59.pdf accessed 16 April 2025.

Судебные дела Индии

1. Yahoo! Inc. v. Akash Arora & Anr., 78 (1999) DLT 285 (Delhi High Court) <https://www.khuranaandkhurana.com/2023/07/10/yahoo-inc-v-akash-arora-anr1999-delhi-hc/> accessed 16 April 2025;
2. Tata Sons Limited v. Mr. Manu Kosuri & Ors., 2001 PTC 432 (Delhi High Court) <https://indiancaselaw.in/5307/> accessed 16 April 2025;
3. Satyam Infoway Ltd. v. Sifynet Solutions Pvt. Ltd., AIR 2004 SC 3540 <https://indiankanoon.org/doc/1630167/> accessed 16 April 2025.

MMU Research Archive