

О допустимости использования терминов «торговая марка», «сервисный знак» и «производственная марка»*

РОЖКОВА Марина Александровна, доктор юридических наук, профессор кафедры гражданского права и кафедры интеллектуальных прав Московского государственного юридического университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА)

Российская Федерация, 123995, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, 9
E-mail: rozhkova-ma@mail.ru

Анализ отечественной юридической литературы позволил автору сделать вывод о том, что российские юристы чрезмерно стеснены в использовании наряду с терминами «товарный знак» и «знак обслуживания» иных терминов, обозначающих разновидности этих знаков («торговая марка», «сервисный знак», «производственная марка» и проч.). Это стало следствием широко распространившегося утверждения о допустимости использования только терминов «товарный знак» и «знак обслуживания» в противовес иным, «нелигитимным» терминам. На основе изучения эволюции отечественного законодательства, регулирующего отношения по поводу товарных знаков и знаков обслуживания, автор делает вывод о том, что содержание понятий, используемых в законодательстве в различные этапы его развития, нередко искажалось, что стало следствием отсутствия опоры на доктринальные разработки (как отечественные, так и зарубежные). В заключение исследования делается вывод о том, что отказ от использования подобной терминологии, как и от детальной классификации знаков, применимых к товарам и услугам, обедняет отечественную доктрину, что нуждается в исправлении.

Ключевые слова: товарный знак, знак обслуживания.

On Admissibility of Use of the Terms “Trade Mark”, “Service Mark” and “Production Mark”

M. A. Rozhkova, doctor of legal sciences
Kutafin Moscow State Law University
9, Sadovaya-Kudrinskaya st., Moscow, 123995, Russia
E-mail: rozhkova-ma@mail.ru

The analysis of the Russian legal literature allowed the author to make an assumption that the Russian lawyers are too constrained in the use, alongside with the terms “trade mark” and “service mark”, of other terms indicating the varieties of such marks (“trade mark”, “service mark”, “production mark” etc). This is the consequence of the widespread assertion that only terms “trade mark” and “service mark” are appropriate for the use, as opposed to other, “illegitimate” terms. Based on the study of the domestic legislation evolution in the field of regulation of relations concerning trade marks and service marks, the author concludes that the meaning of the terms used in the legislation during various stages of its development was frequently misrepresented, because doctrinal developments (both domestic and foreign) were not employed. In conclusion of the study the author elicits that the refusal from the use of the terms in question, as well as from a detailed classification of the marks applied to goods and services, impoverishes the domestic doctrine, which needs correction.

Keywords: trade mark, service mark.

DOI: 10.12737/10297

* Работа проводилась при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации за счет средств государственного задания на выполнение НИР по проекту 1865.

Отечественное законодательство прямо называет только «товарные знаки» и «знаки обслуживания» (ст. 1477 ГК РФ). В связи с этим в литературе встречаются утверждения о том, что дословный перевод «trade mark»¹ как «торговая марка» является неверным — в системе интеллектуальной собственности этот термин должен переводиться как «товарный знак». И поскольку термин «торговая марка» не используется в действующем российском законодательстве, его иногда называют нелегитимным². Между тем такая позиция неверна, хотя и вполне объяснима, если проанализировать эволюцию отечественного законодательства о товарных знаках.

Нормативное регулирование товарных знаков появилось в России сравнительно недавно. Первоначально высочайшими указами предписывалось клеймение товаров, и первым стал Указ от 20 декабря 1698 г. «О клеймении товаров Сибири и об отобрании неклеяемых в казну». В период правления Петра I обязательное клеймение товаров было введено Указом 1744 г., но, поскольку в нем не закреплялась ответственность за неисполнение, Указом от 12 августа 1753 г. «О подтверждении, чтобы фабриканты печатали на товарах свои клейма на

обоих концах каждой штуки» был введен штраф за неисполнение требования об обязательном клеймении³. В царствование Елизаветы Петровны был издан Указ об обязательном клеймении всех производимых на территории Российской империи товаров специальными фабричными знаками — «дабы можно их было отличить друг от друга»⁴. При Александре I был издан Указ от 4 февраля 1815 г., которым предписывалось всем гражданским губернаторам и губернским правлениям клеймить российские изделия, причем неклеяемые товары приравнивались к запрещенным к ввозу иностранным товарам⁵.

Позже, 5 февраля 1830 г., было утверждено Положение о клеймении изделий русских мануфактур, фабрик и заводов⁶, которым устанавливалась обязанность владельцев шляпных, суконных и некоторых других производств иметь прочные клейма, но при этом изменен общий подход к клеймению — оно перестало быть обязательным. В Положении содержались новые правила: «Фабрикант сам определял необходимость клеймения товаров, но клейменным товарам предоставлялись льготы при прохождении через таможеню. Этот документ еще не содержал четкого определения товарного клейма и порядка установления права на него. Клеймо должно было содержать обозначение имени и фамилии фабриканта, местонахождение предприятия.

¹ Слитное написание («trademark») характерно для США и Филиппин, раздельное («trade mark») — для большинства стран мира, включая страны Европейского Союза. В то же время в Канаде официально используется написание через дефис («trade-mark»), как это предусмотрено законодательством о торговых марках, но на практике употребляется написание и в одно слово, и в два.

² Об этом писал, в частности, С. А. Судариков: «В настоящее время только товарный знак является правовым термином, тогда как словосочетание “торговая марка” используется в основном в экономической литературе» (Судариков С. А. Право интеллектуальной собственности: учебник. М., 2013. С. 227).

³ См. об этом, например: Панкова М. Н. Эволюция и развитие законодательства о средствах индивидуализации в России // Вестник Военного университета. 2011. № 3. С. 157.

⁴ Вирюлин В. И. Товарные знаки в Российской Федерации: сб. М., 2004. С. 12.

⁵ См.: Панкова М. Н. Указ. соч. С. 158.

⁶ См.: Розен Я. С. Товарные знаки. Законы и применение их в административной и судебной практике. Законодательные мотивы и решения Правительствующего Сената. Трактаты и декларации. СПб., 1913. С. 36.

Изделия, подлежащие клеймению, были разделены на 43 группы. Для каждой группы был приведен перечень и образцы представляемых изделий, а также правила наложения клейм»⁷.

Первым отечественным законом о товарных знаках стал Закон «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)» 1896 г. В соответствии с его ст. 1 товарными знаками признавались «всякого рода обозначения, выставляемые промышленниками и торговцами на товарах или на упаковке и посуде, в которых они хранятся, для отличия оных от товаров других промышленников и торговцев». Таким образом, к товарным знакам относили, в частности, клейма, печати, пломбы, капсулы, различного рода вышитые и вытканые на полотне метки, этикетки, виньетки, девизы, ярлыки, обложки, упаковки оригинальных видов, рисунки и т. п. По результатам анализа содержания данного Закона М. Н. Панкова выделяет следующие основные моменты: «Выставление товарных знаков признавалось правом промышленников и торговцев, за исключением случаев, особо предусмотренных законом. Запрещалось выставлять товарные знаки с надписями и изображениями, противными общественному порядку, нравственности или благопристойности, заведомо ложными или имеющими целью ввести покупателей в заблуждение, с изображениями дарованных промышленнику или торговцу знаков отличия, предназначенных для ношения, а также с изображениями наград и почетных отличий без обозначения года их получения. Одному промышлен-

нику или торговцу не возбранялось заявлять несколько разных товарных знаков для различных по роду или сорту товаров... Право на товарный знак возникало на основании регистрации заявляемого знака в Министерстве торговли и промышленности. Свидетельство на товарные знаки выдавалось по желанию просителей на срок от 1 года до 10 лет. Предусматривалась возможность продления свидетельства на новый срок. Выдача свидетельства на товарный знак не лишала других лиц в течение трех лет со дня публикации сообщения о выдаче свидетельства оспаривать в судебном порядке принадлежность исключительного права пользования товарным знаком. Закон 1896 г. действовал в России до смены общественно-политического строя в 1917 г.»⁸

После установления Советской власти дореволюционные товарные знаки продолжали использоваться, но в условиях национализации предприятий и изменения фирменных наименований организаций их использование стало проблематичным. Для решения возникающих вопросов был издан декрет Совета Народных Комиссаров (СНК) от 15 августа 1918 г. «О пошлине на товарные знаки», в силу которого все свидетельства на товарные знаки, выданные в царской России, подлежали регистрации в Народном комиссариате торговли и промышленности, а не прошедшие такой регистрации свидетельства признавались недействительными.

Затем 17 июля 1919 г. было принято постановление Высшего Совета народного хозяйства (ВСНХ) «О товарных знаках государственных предприятий», которым взамен прежних вводились новые знаки — имеющие сугубо справочный характер и включающие в качестве обязательных элементов наименование предприятия, название вышестоящего отдела, главка

⁷ Панкова М. Н. Указ. соч. С. 158. Интересно, что, как указывает автор, российским товарным клеймам XVI—XVII вв. «было присуще использование символов православия: кресты, купола храмов и т. п., но со второй половины XVIII в. они все больше стали напоминать западноевропейские» (там же. С. 159).

⁸ Панкова М. Н. Указ. соч. С. 160.

ВСНХ и изображение герба республики. Такие знаки обоснованно признавались в литературе лишеными товарного содержания и не выполняющими присущую товарным знакам «функцию проводника продукции от производителя к потребителю»⁹.

Переход к новой экономической политике, приведший к оживлению производства и торговли, возродил и потребность в товарных знаках, выполняющих не только информационную, но и рекламную функцию. С учетом этой потребности 10 ноября 1922 г. был издан декрет СНК РСФСР «О товарных знаках». Данным декретом всем промышленным и торговым предприятиям (государственным и частным) предоставлялось право пользоваться товарными знаками «для отличия выпускаемых или сбываемых ими товаров от товаров других предприятий» (ст. 1). Под товарными знаками предлагалось понимать помещаемые в указанных целях «на товаре или его упаковке постоянные отличительные знаки, как то: клейма, пломбы, тавро, метки, этикетки, виньетки, ярлыки, обложки, рисунки, а также девизы, оригинальные слова, сочетание и начертание их, а также упаковку оригинальных видов» (ст. 2), причем в силу ст. 3 декрета товарный знак должен был содержать обозначения фирмы предприятия и указание его местонахождения. Важно, что декрет устанавливал обязательную регистрацию обозначений, осуществляемую Комитетом по делам изобретений при ВСНХ (ст. 9). Причем в ст. 5 декрета были закреплены правила, которые, по сути, не изменились до настоящего времени, не позволяющие признавать в качестве товарных знаков: а) знаки, вошедшие во всеоб-

щее употребление в качестве обозначения товаров известного рода; б) знаки, состоящие из рисунков, отдельных букв, слов или цифр, которые по своему содержанию, расположению или сочетанию не обладают своеобразными отличительными признаками; в) знаки, содержащие исключительно указание на способ, время или место производства товара, на цену, меру или вес товара, а также на состав, качество и назначение товара¹⁰. За нарушение правил использования товарных знаков предусматривалась уголовная ответственность (ст. 8 декрета). Как отмечает М. Н. Панкова, позднее постановлением СНК СССР от 18 июля 1923 г. «О товарных знаках» было установлено еще одно, дополнительное ограничение: запрещалось использование товарных знаков, принадлежащих прежним владельцам национализированных предприятий; причем, как подчеркивает автор, смысл этого запрета состоял в том, чтобы понудить советские предприятия создавать собственные товарные знаки¹¹. Данным постановлением действие указанного декрета было распространено на всю территорию СССР.

Декрет СНК РСФСР «О товарных знаках» был отменен в связи с введением в действие постановления ЦИК и СНК СССР от 12 февраля 1926 г.

¹⁰ Не дозволялось пользоваться в виде товарных знаков: а) знаками, недостаточно отличающимися от товарных знаков, уже зарегистрированных другими предприятиями; б) знаками, содержащими фирму или название, уже принадлежащее другому предприятию; в) знаками контрреволюционного и порнографического характера; г) знаками, содержащими ложные или способные ввести в заблуждение сведения; д) знаками, содержащими изображение красного креста; е) знаками, содержащими изображение государственных гербов (государственным предприятиям дозволялось включать в товарный знак изображение государственно-го герба РСФСР).

¹¹ См.: Панкова М. Н. Указ. соч. С. 160.

⁹ Золотарев Б. Ю. Из истории правовой охраны товарных знаков в СССР (Отечественное законодательство и практика 20—30 годов) // Вопросы изобретательства. 1967. № 10. С. 15.

«О товарных знаках». В этом постановлении получили развитие и конкретизацию нормы, сформулированные в упомянутом декрете.

После изменения экономической ситуации потребность в товарных знаках если не окончательно пропала, то существенно снизилась. С учетом этого было издано постановление ЦИК и СНК СССР от 7 марта 1936 г. «О производственных марках и товарных знаках», которое отменило прежде действовавшее постановление «О товарных знаках» (п. 23).

Постановлением «О производственных марках и товарных знаках» устанавливалась обязанность государственных предприятий, кооперативов и предприятий общественных организаций снабжать выпускаемые изделия производственными марками, в которых надлежало указывать наименование самого предприятия, наименование народного комиссариата, центрального управления или кооперативного центра, в систему которого входили выпускающее продукцию предприятие, а также сорт товара и номер стандарта (п. 1). Иными словами, на производственные предприятия была возложена обязанность маркировать изделия обозначениями, носящими исключительно справочный характер. Выпуск изделий без производственной марки влек за собой привлечение директора к дисциплинарной или уголовной ответственности¹² (п. 3). При этом «сверх обязательного помещения производственной марки» допускалось снабжение изделий «постоянными оригинально оформленными отличительными знаками (товарными знаками), как то: графическим изображением, оригинальным названием, особым сочетанием цифр, букв или слов, оригинальной упаковкой

и т. п.»¹³ (п. 4)¹⁴. В качестве исключения «отдельным крупным предприятиям» по решению народного комиссариата предоставлялось право помещать на изделиях вместо производственной марки товарный знак, однако с учетом того, что такой товарный знак включал в себя лишь оригинально оформленное наименование или вензель предприятия с указанием товара и номера стандарта, можно заключить, что здесь в качестве товарного знака рассматривалась все та же производственная марка, но оригинально оформленная.

Изложенное свидетельствует о том, что в условиях существующей

¹³ Народным комиссариатом устанавливались виды товаров, для которых товарные знаки были обязательны: Народный комиссар внутренней торговли Союза ССР — в отношении предметов широкого потребления, идущих на внутренний рынок, и Народный комиссар тяжелой промышленности — в отношении машин и оборудования (п. 4 постановления «О производственных марках и товарных знаках»).

¹⁴ О. А. Городов подчеркивает: «Постановлением от 7 марта 1936 г. был изменен порядок регистрации товарных знаков. Регистрация знаков в отношении машин, оборудования, стройматериалов и химикатов возлагалась на Народный комиссариат тяжелой промышленности, в отношении медикаментов и медицинских инструментов — на Народный комиссариат здравоохранения, в отношении остальных товаров — на Народный комиссариат внешней торговли СССР. Указанные комиссариаты рассматривали заявки и осуществляли выдачу свидетельств на исключительное пользование товарным знаком... Схема децентрализованного рассмотрения заявок и выдачи свидетельств, установленная постановлением от 7 марта 1936 г., просуществовала в течение четырех лет. Постановлением Совета Народных Комиссаров от 4 марта 1940 г. регистрация знаков была возложена на Народный комиссариат торговли СССР, а с 1959 г. — на Государственный комитет по делам изобретений» (Городов О. А. Право промышленной собственности: учебник. М., 2011).

¹² Список предприятий и перечень товаров, для которых производственные марки были необязательными, специально устанавливался Советом труда и обороны.

в тот период неразвитости товарно-денежных отношений товарные знаки, на которые традиционно возлагалась отличительная, стимулирующая, информационная, рекламная и прочие функции, по сути, были заменены производственными марками, выполняющими исключительно справочную функцию (доведение до сведения потребителей наименования производителя товара, вышестоящей организации, сорта товара и номера стандарта). Отметим, что это положение было введено в целях «усиления ответственности производственных предприятий за качество выпускаемых ими изделий и обеспечения покупателю возможности выбора продукции хорошо зарекомендовавших себя предприятий».

Конечно, обязывание производителей к предоставлению информации только справочного характера не создавало предпосылок для повышения производителями качества выпускаемых изделий. Вследствие этого опять-таки в целях «повышения ответственности предприятий за качество выпускаемой ими продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления» было решено возвратиться к использованию товарных знаков, что нашло воплощение в постановлении Совета Министров СССР от 15 мая 1962 г. № 442 «О товарных знаках», в котором предусматривалась возможность помещения товарных знаков не только производителями (изготовителями), но и торговыми организациями (п. 4), но при этом не упоминались производственные марки (хотя содержалось указание на маркировку изделий, предусмотренную стандартами, техническими условиями, договорами и Особыми условиями поставки). Кроме того, в п. 5 постановления названы не только товарные знаки, но и знаки обслуживания, приравненные к товарным знакам¹⁵.

¹⁵ О. А. Городов отмечает: «24 января 1967 г. Комитетом по делам изобретений и откры-

Заменив указанное постановление должен был Закон СССР от 3 июля 1991 г. № 2293-I «О товарных знаках и знаках обслуживания». Однако он, как и иные законодательные акты СССР об интеллектуальной собственности лета 1991 г.¹⁶, так и не был введен в действие и фактически утратил силу с введением в действие соответствующего российского закона — Закона РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-I «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», который, в свою очередь, утратил силу с 1 января 2008 г. в связи с введением в действие части четвертой ГК РФ.

Анализ эволюции отечественного законодательства, регулирующего отношения по поводу товарных знаков и знаков обслуживания, свидетельствует о том, что она не предполагала серьезную опору на доктринальные разработки — ни отечественные, ни зарубежные. При этом часть четвертая ГК РФ (на чрезмерную продолжительность процесса от разработки до принятия которой неоднократно указывалось в литературе), бесспорно, содержит необходимые положения, касающиеся различительной способности товарных знаков и знаков обслуживания,

тий при Совмине СССР были утверждены Указания по составлению заявки на товарный знак... 8 января 1974 г. Госкомизобретений СССР утвердил новое Положение о товарных знаках, необходимость появления которого была вызвана присоединением СССР к ряду международных соглашений, в частности к Парижской конвенции по охране промышленной собственности, Ниццкому соглашению о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков... Положение 1974 г. было призвано модернизировать существовавшие правила и привести их в соответствие с нормами международных договоров» (Городов О. А. Указ. соч.).

¹⁶ Подробнее см.: *Маковский А. Л.* О кодификации гражданского права (1922—2006). М., 2010.

приоритетов этих знаков и т. п., но в целом не слишком отошла от ранее действующего законодательства в рассматриваемой части.

Закрепленное в действующем ГК РФ разграничение знаков на две группы (товарные знаки и знаки обслуживания), по сути, основывается на положениях Мадридского соглашения о международной регистрации знаков¹⁷, в п. 2 ст. 1 которого в качестве объектов правовой охраны прямо названы знаки, применимые к товарам или услугам (обслуживанию). Подобное указание позволяет распространять Соглашение на все знаки, идентифицирующие товары, работы, услуги. При этом данная градация некоторым образом подчеркивает различия в материальных носителях этих знаков¹⁸, поскольку:

знаки, применимые к товарам, проставляются на сам товар или его упаковку;

знаки, применимые к услугам (обслуживанию), проставляются на вывесках, а также бланках и иной документации, так как эти знаки призваны идентифицировать услуги и работы.

Следует заметить, что, позаимствовав названное разграничение, отечественный законодатель вовсе не уделил ему внимания, подчеркнув идентичность правового регулирования отношений по поводу товарных знаков и знаков обслуживания¹⁹ (п. 2 ст. 1477 ГК РФ). Это в общем-то лишило значения произведенную гра-

¹⁷ URL: http://www.wipo.int/wipolex/en/wipo_treaties/text.jsp?file_id=283530. Советский Союз присоединился к Соглашению в 1976 г.

¹⁸ О материальных носителях подробнее см.: Рожкова М. А. О некоторых вопросах оборота исключительных прав и материальных носителей объектов интеллектуальной собственности // Журнал российского права. 2014. № 9. С. 5—11.

¹⁹ Этот вопрос, требующий самостоятельного рассмотрения, не будет разбираться в рамках настоящей работы.

дацию, но при этом дало основания для вывода о том, что в отечественном законодательстве содержится исчерпывающий перечень знаков, подлежащих правовой охране в качестве объектов интеллектуальной собственности.

Следуя букве закона, отечественная правоприменительная практика не пытается разграничивать товарные знаки и знаки обслуживания. Это проявляется, в частности, в создании одного государственного реестра для регистрации товарных знаков и знаков обслуживания (реестр товарных знаков и знаков обслуживания), выдаче Роспатентом единого свидетельства на товарный знак и знак обслуживания и т. п.

Между тем, если мы говорим о товарах, то допускается маркировка как производителем (изготовителем), так и продавцом. В первом случае вполне допустимо именовать проставляемый на товаре знак как «производственная марка» (при условии отказа от «советского» понимания производственной марки как выполняющей исключительно справочную функцию), во втором — как «торговая марка».

Так, примером производственной марки будет знак, содержащий буквенное обозначение «Samsung» и маркирующий продукцию известного производителя высокотехнологичных компонентов, телекоммуникационного оборудования, бытовой техники, аудио- и видеоустройств Samsung²⁰. Пример торговой марки — знак, содержащий буквенное обозначение «Метро» и принадлежащий компании Metro AG²¹, являющейся одним из самых известных ритейлеров в мире.

Среди обозначений, призванных выделить услуги или работы конкретных исполнителей среди аналогичных, также можно выделить собственно «сервисные знаки», используемые для идентификации имен-

²⁰ URL: <http://www.samsung.com>.

²¹ URL: <http://www.metrogroup.de/en>.

но услуг, и знаки, используемые для идентификации работ.

В качестве примера сервисных знаков может быть назван, в частности, знак, содержащий буквенное обозначение «Lufthansa» и принадлежащий крупнейшему авиаперевозчику Европы Deutsche Lufthansa AG²². Примером идентификатора работ может стать знак, включающий буквенное обозначение «think/quality» и принадлежащий Vinci construction grands projects — известной компании, занимающейся проектированием и строительством инженерных сооружений (тоннелей, мостов, дамб, резервуаров для хранения природного газа и проч.) и зданий (небоскребов, торговых центров, гостиниц и проч.)²³.

Таким образом, производимая градация знаков, применимых к товарам и услугам, является четким отражением идентификации бизнеса — относится ли он к производству

товаров, торговле, оказанию услуг или выполнению работ.

Вероятно, подобная классификация знаков, по крайней мере на указанные группы, не требует обязательного закрепления в законодательстве. Однако нельзя не заметить, что в гл. 7 Кодекса интеллектуальной собственности Франции 1993 г.²⁴ прямо упоминаются производственные и торговые марки, а также сервисные знаки, но что более важно — в ней содержится открытый перечень знаков (марок).

Думается, что отсутствие в отечественном законодательстве подробной градации знаков, применимых к товарам и услугам, не должно обеднять отечественную доктрину. Вследствие этого деструктивными представляются указания на недопустимость использования терминов «торговая марка» или «производственная марка» со ссылками на их нелегитимность.

²² URL: <http://www.lufthansagroup.com/en>.

²³ URL: <http://www.vinci-construction-projects.com/projets.nsf/en/quality.htm>.

²⁴ URL: http://codes.droit.org/cod/propriete_intellectuelle.pdf.

Библиографический список

- Бирюлин В. И. Товарные знаки в Российской Федерации: сб. М., 2004.
- Городов О. А. Право промышленной собственности: учебник. М., 2011.
- Золотарев Б. Ю. Из истории правовой охраны товарных знаков в СССР (Отечественное законодательство и практика 20—30 годов) // Вопросы изобретательства. 1967. № 10.
- Маковский А. Л. О кодификации гражданского права (1922—2006). М., 2010.
- Панкова М. Н. Эволюция и развитие законодательства о средствах индивидуализации в России // Вестник Военного университета. 2011. № 3.
- Рожкова М. А. О некоторых вопросах оборота исключительных прав и материальных носителей объектов интеллектуальной собственности // Журнал российского права. 2014. № 9.
- Розен Я. С. Товарные знаки. Законы и применение их в административной и судебной практике. Законодательные мотивы и решения Правительствующего Сената. Трактаты и декларации. СПб., 1913.
- Судариков С. А. Право интеллектуальной собственности: учебник. М., 2013.

Новое в коллизионном регулировании обязательств, возникающих вследствие неосновательного обогащения

ШЕСТАКОВА Марина Петровна, кандидат юридических наук, ведущий научный сотрудник отдела международного частного права Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации

Российская Федерация, 117218, г. Москва, ул. Большая Черемушкинская, 34

E-mail: maksmar@bk.ru