

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра гражданского права и процесса

**ПРАВОВАЯ ОХРАНА ПРАВ НА СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ
ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ПРЕДПРИЯТИЙ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 5 курса 512 группы
направления подготовки 40.03.01 – «юриспруденция»
юридического факультета СГУ им. Н.Г.Чернышевского

Шаталина Антона Сергеевича

Научный руководитель

канд. полит. наук, доцент

М.К. Ананьева

Зав. кафедрой

канд. юрид. наук, доцент

Е.Н. Тогузаева

Саратов 2016

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что важнейшим направлением в деятельности хозяйствующих субъектов в современных условиях рыночной экономики является производство и использование особого рода информации, полезной и необходимой потребителю, о реализуемых товарах, работах, услугах. Не менее важна информация и о субъектах, производящих услуги, выполняющие работы или занимающиеся производством товаров.

Это направление деятельности хозяйствующих субъектов нуждается в отвечающих его специфике специальных средствах и правовых механизмах их применения, способных обеспечить интересы всех участников рыночного процесса, включая государство, предпринимателей и потребителей продукции.

Группа средств индивидуализации участников гражданского оборота состоит из таких средств индивидуализации, как фирменные наименования и коммерческие обозначения

Фирменное наименование и коммерческое обозначение являются важным инструментом для формирования деловой репутации организации в представлении контрагентов и потребителей.

Относительно правового режима фирменных наименований и коммерческих обозначений следует признать, что остается немало нерешенных проблем. Проблемные вопросы связаны с использованием средств индивидуализации юридических лиц и предприятий, множественностью конфликтов по поводу тождественных и схожих до степени смешения средств индивидуализации, а также защитой прав на них.

В этой связи в настоящее время актуальными остаются исследования научного характера по вопросам охраны прав на средства индивидуализации юридических лиц и предприятий.

Целью работы является комплексное исследование механизма правовой охраны прав на средства индивидуализации юридических лиц и предприятий.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить понятие фирменного наименования как средства индивидуализации юридического лица;
- исследовать содержание исключительного права на фирменное наименование как средства индивидуализации юридического лица;
- исследовать правовую природу коммерческого обозначения как средства индивидуализации предприятий и содержание права на него;
- провести сравнительный анализ фирменного наименования, наименования юридического лица и коммерческого обозначения.

Методологической основой исследования выступают такие методы познания как: диалектический, метод анализа, формально-юридический, сравнительно-правовой.

Теоретическую основу исследования составляют научные труды таких цивилистов и ученых как: А.Б. Иванова, И.А. Близнеца, Л.А. Новоселовой, В.И. Еременко, Г.Ф. Шершеневича и др.

Нормативную правовую базу исследования составили международные договоры в сфере интеллектуальной собственности, Конституция РФ, гражданско-правовые нормы о правовой охране фирменных наименований и коммерческих обозначений, а также практика их применения.

Содержание работы

В первой главе исследования дается правовая характеристика средства индивидуализации юридического лица - фирменного наименования,

В рамках исследовательской работы было установлено, что по смыслу ст. 1473 и 1538 ГК РФ, а также исходя из изученной литературы, можно сделать вывод, что под фирменным наименованием следует понимать средство индивидуализации коммерческой организации, под которым она выступает в гражданском обороте, в целях выделения ее из массы других коммерческих организаций, осуществляющих аналогичную деятельность.

В работе охарактеризованы и раскрываются функции фирменного наименования. Основное назначение фирменного наименования - это индивидуализация участников гражданского оборота, субъекта предпринимательской деятельности среди аналогичных ему субъектов, т.е. юридических лиц, которые занимаются предпринимательской деятельностью.

На территории РФ действует исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц.

Согласно гражданскому законодательству исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица и прекращается в момент исключения фирменного наименования из единого государственного реестра юридических лиц в связи с прекращением юридического лица либо изменением его фирменного наименования

Исходя из анализа форм использования фирменного наименования, можно сделать вывод о том, что фирменное наименование зачастую не обладает признаком различительной способности, присущего всем средствам индивидуализации, поскольку возможно существование двух абсолютно идентичных фирменных наименований, если организации не находятся между собой в конкурентных отношениях

В процессе исследования выявлено, что наименования некоммерческих организаций не являются средством индивидуализации юридических лиц – объектом интеллектуальной собственности и, соответственно, на них не распространяется правовая охрана, предусмотренная для фирменных наименований.

Индивидуальный предприниматель так же не может обладать правом на фирменное наименование, поскольку индивидуализирующую функцию в данном случае выполняет его имя. Следовательно, можно сделать вывод о том, что назначение фирменного наименования схоже с назначением имени физического лица.

Вторая глава исследования посвящена правовой характеристике средства индивидуализации предприятия - коммерческого обозначения.

В рамках исследовательской работы было установлено что коммерческое обозначение представляет собой отдельный правовой институт, который введен в гражданский оборот на территории РФ с принятием четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации— с 1 января 2008 г.

На международном уровне коммерческое обозначение в качестве средства индивидуализации появилось еще в 1967 г., в Конвенции, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности.

Отмечается и освещается существующих в теории несколько подходов к пониманию коммерческого обозначения.

Анализ научной и учебной литературы позволил автору, руководствуясь положениями п.1ст.1538 ГК РФ и п.1 ст.1539 ГК РФ, сделать вывод о том, что под коммерческим обозначением следует понимать средство индивидуализации предприятий, не подлежащее государственной регистрации, которое подлежит правовой охране в случае приобретения известности на определенной территории.

В работе раскрыто содержание исключительного права на коммерческое обозначение как результата индивидуализации.

Исходя из изученной литературы установлено, что субъектами, обладающими правом на коммерческое обозначения, могут быть юридические лица, не только коммерческие, но и некоммерческие, при условии, что им предоставлено право на осуществление предпринимательской деятельности в соответствии с законом их учредительными документами.

Индивидуальные предприниматели также могут использовать коммерческие обозначения для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий.

Вместе с тем, отмечается, что использование коммерческого обозначения является правом, а не обязанностью предпринимателя, то есть не каждое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель будет обладать коммерческим обозначением. Установлено, что право на коммерческое обозначение возникает с момента начала фактического использования такого обозначения для индивидуализации предприятия, действие исключительного права на коммерческое обозначение прекращается в случае неиспользования последнего непрерывно в течение одного года.

В ходе исследования рассмотрено соотношение понятия «фирменное наименование» с понятиями «наименование юридического лица», «коммерческое обозначение». Сделан вывод о том, что понятие «наименование юридического лица» шире понятия «фирменное наименование». По вопросу соотношения понятий «фирменное наименование» и «коммерческое обозначение» отмечается, что эти средства сходны и в то же время имеют ряд отличий.

Фирменное наименование и коммерческое обозначение имеют одну общую цель: индивидуализацию хозяйствующих субъектов.

Однако фирменное наименование служит для индивидуализации юридического лица, а коммерческое обозначение - для индивидуализации предприятия.

Исключительное право на фирменное наименование возникает с момента регистрации юридического лица,

Исключительное право на коммерческое обозначение возникает с момента начала его фактического использования и приобретения.

Отличительной чертой фирменного наименования является также то, что в случае временного неиспользования правообладателем фирменного наименования в результате отсутствия хозяйственной деятельности не влечет прекращения исключительного права на него.

Права на коммерческое обозначение прекращаются в связи с неиспользованием его правообладателем в течение года непрерывно.

Отличием коммерческого обозначения от фирменного наименования можно считать то, что права на коммерческое обозначение могут быть отчуждены правообладателем, в то время как для фирменных наименований предусмотрен прямой запрет на любое отчуждение прав на него.

Учитывая различия между фирменным наименованием и коммерческим обозначением, следует признать, что они являются средствами индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности, другими словами, юридических лиц и предприятий. В этой связи видится целесообразным расположить нормы по правовой охране и защите фирменного наименования и коммерческого обозначения в логической последовательности

В работе изучены дискуссионные вопросы, связанные с правовой охраной средств индивидуализации юридических лиц и предприятий.

Заключение работы отражает основные выводы автора, сделанные в ходе всего выпускного исследования.