

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра гражданского права и процесса

**Дьяков Александр Олегович**

**Правовая охрана и защита фирменного наименования**

**Автореферат магистерской работы**

направления подготовки 40.04.01 – «Юриспруденция»  
юридического факультета

Автореферат магистерской работы

Научный руководитель  
доцент кафедры гражданского  
права и процесса  
к.полит.н.

\_\_\_\_\_

М.К. Ананьева

*подпись, дата*

Заведующий кафедрой  
гражданского права и процесса  
к.ю.н., доцент

\_\_\_\_\_

Е.Н.Тогузаева

*подпись, дата*

С а р а т о в  
2022

**Актуальность** исследования вопросов правовой охраны и защиты фирменного наименования обусловлена тем, что в законодательстве существует много пробелов относительно данного правового института. Остается много спорных моментов по вопросам содержания фирменного наименования. Проблема охраны доброго имени в отношении юридических лиц является не менее насущной по сравнению с защитой доброго имени физических лиц.

Развитие рыночной экономики явилось предпосылкой ужесточения конкуренции между субъектами коммерческой деятельности. Для организации, которая создана для получения прибыли, целью является привлечение клиентов, увеличение товарооборота, формирование прочных связей с контрагентами, хорошая репутация в деловой среде. Перечисленные факторы являются залогом стабильности. Для привлечения клиентской базы, ее увеличения и удержания организации тратят большие деньги на рекламные кампании, улучшение качественных характеристик товаров, работ и услуг.

Стабильное функционирование современной экономической системы невозможно без использования участниками гражданского оборота обозначений, индивидуализирующих производимые ими товары, выполняемые работы, оказываемые услуги, а также принадлежащие им предприятия и их самих как субъектов предпринимательской деятельности. Это позволяет сделать гражданский оборот более ясным и эффективным.

Конечно, управление денежными потоками, производственными зданиями и оборудованием по-прежнему важно для предприятий третьего тысячелетия, но сейчас для получения конкурентных преимуществ это должно сочетаться с эффективным управлением исключительными правами на средства индивидуализации. Их значение для развития бизнеса состоит в том, что они являются фундаментом для построения на их основе бренда компании. Это позволяет организации проводить независимую ценовую политику и удерживать цены на свой товар или услугу на высоком уровне даже в условиях жесткой конкуренции и экономического кризиса.

Главная ценность средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, в отличие, например, от произведений науки, литературы и

искусства, заключена не в них самих, а в создании при их использовании справедливой конкуренции путем отграничения отдельных хозяйствующих субъектов, производимой продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг. Данное обстоятельство задает направление совершенствованию законодательной базы в этой сфере, создается возможность эффективного правового регулирования всех без исключения средств индивидуализации, включая являющееся непосредственным объектом настоящего исследования фирменное наименование.

Коммерческая организация должна иметь фирменное наименование, которое является объектом гражданских прав. Деятельность организации, предприятия ассоциируется с ее «именем», имиджем фирмы. Каждый предприниматель заинтересован, чтобы название организации не смешивалось с другими предприятиями, а главное с конкурентами. Фирменное наименование выступает не только как средство индивидуализации, но оно является названием коммерческой организации, это фундамент деятельности, важнейший реквизит, без которого невозможно само возникновение и деятельность организации.

Значение данного средства индивидуализации возрастает и с расширением и упрочением международных торговых связей России с другими странами. Эффективная защита прав на средства индивидуализации призвана способствовать росту международного авторитета Российской Федерации и улучшению инвестиционной привлекательности страны.

Отечественное законодательство в сфере прав на средства индивидуализации развивалось давно, но лишь в 2008 г. были внесены существенные изменения в часть 4 ГК РФ, появилась глава 76 ГК РФ, которая затрагивает вопросы, касающиеся права на фирменное наименование. До сих пор в законодательстве нет четкого определения фирменного наименования. В ГК РФ и ряде законов имеется только конкретизация того, что должно включать наименование, его структура.

Для всех коммерческих организаций важна разработка правового режима использования фирменного наименования, чтобы функционировать в здоровой конкурентной среде, добиваясь высоких успехов в бизнесе.

Таким образом, в настоящее время остается актуальным вопрос о совершенствовании нормативного содержания института фирменного наименования юридических лиц на более высоком уровне, исходя из требований развития экономики и права.

**Предметом исследования** является действующее законодательство РФ, правоприменительная практика о фирменном наименовании, а также литература по исследуемой теме.

**Объектом исследования** данной работы являются общественные отношения, возникающие в связи с использованием фирменного наименования.

**Целью работы** является комплексное исследование правового института права на фирменное наименование, практического использования его в гражданском обороте, изучение судебной практики защиты данного средства индивидуализации.

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

- определить понятие фирменного наименования, его отличительные признаки;
- проследить историческое развитие категории фирменного наименования в отечественном законодательстве и доктрине;
- раскрыть содержание права на фирменное наименование;
- рассмотреть основные положения защиты права на фирменное наименование;
- провести анализ действующей нормативно-правовой базы и сложившейся судебной практики;
- сформулировать предложения по совершенствованию действующего законодательства, выработать практические рекомендации по проблеме исследования.

**Степень научной разработанности** темы отражена в трудах Агаркова М.М., Гаврилова Э.П., Голофаева В.В., Гордон В.М., Даниловой Е.Н., Еременко В.И., Каминки А.И., Медведева Д.А., Муромцева Г.И., Орловой В.В., Попондопуло В.Ф., Пугинского Б.И., Пучинского В.К., Розенберга В.В., Сергеева А.А., Сергеева А.П., Суханова Е.А., Удинцева В.А., Флейшиц Е.А., Халфиной Р.О., Хейфец И.Я., Цитовича П.П., Шершеневича Г.Ф., Якушева В.С. и других.

Однако, в научной литературе отмечается, что нормы гражданского законодательства только конкретизируют элементы структуры фирменного наименования, при этом недостаточно внимания уделяется таким проблемным вопросам, как пробельность законодательства относительно данного правового института.

**Методология исследования.** В работе применяется несколько основных исследовательских методов: системный метод, институциональный метод, системно-исторический метод, системно-правовой, метод аналогии, метод абстрагирования, анализ и синтез.

**Нормативную базу исследования** составляют Конституция РФ, Федеральные конституционные законы, Гражданский кодекс РФ, Арбитражный процессуальный кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ и др.

**Эмпирическую базу исследования** составляет судебная практика Верховного суда Российской Федерации, Суда по интеллектуальным правам Российской Федерации, арбитражных судов.

**Научная новизна магистерской работы** отражается в том, в результате выполненного исследования выявлены теоретические и практические проблемы правовой охраны и защиты фирменного наименования. Кроме того, научная новизна настоящего исследования проявляется в авторском подходе к решению ряда проблем практического характера, возникающих при реализации норм, регламентирующих правовую охрану и защиту фирменного наименования и находит свое отражение в следующих **основных положениях, выносимых на защиту:**

Выполненное исследование позволяет сформулировать предложения по совершенствованию законодательства в сфере использования фирменных наименований:

1. Поскольку фирменное наименование и коммерческое обозначение являются близкими по своим функциям средствами индивидуализации, полагаем целесообразным изменить последовательность параграфов в главе 76 Гражданского кодекса РФ, а именно:

- Право на фирменное наименование;
- Право на коммерческое обозначение;
- Право на товарный знак и право на знак обслуживания;
- Право на наименование места происхождения товара, право на географическое указание.

2. В действующей редакции Гражданского кодекса РФ до сих пор нет четкого определения понятия «фирменное наименование».

Законодатель говорит о фирменном наименовании как средстве индивидуализации коммерческой организации, тогда как для юридических лиц в целом предусмотрено наименование юридического лица.

На наш взгляд, 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.

3. При регистрации коммерческой организации органы ФНС РФ не проверяют фирменное наименование по критерию схожести и тождественности до степени смешения с уже зарегистрированными юридическими лицами.

Считаем, что для устранения проблем, существующих в области незаконного использования чужого фирменного наименования, необходимо возложить дополнительные обязанности на потенциальных правообладателей и на органы, осуществляющие государственную регистрацию, по проверке фирменных наименований на степень новизны и сходства до степени смешения с ранее зарегистрированными, по аналогии с регистрацией товарных знаков.

Представляется, что введение указанной меры было бы экономически затруднительным для субъектов предпринимательской деятельности, создало бы дополнительный барьер для развития частного сектора экономики, значительно усложнило бы процедуру регистрации юридического лица, потребовало бы расширения структуры регистрирующих органов, однако данная мера была бы эффективным средством защиты фирменных наименований от недобросовестных предпринимателей.

В целях реализации указанной перспективы необходимо создать общую базу данных, отражающую сведения о фирменных наименованиях, в которую уместно было бы включить информацию и о других средствах индивидуализации.

**Практическая значимость работы** заключается в применимости предложений по совершенствованию действующего законодательства, практических рекомендации по проблеме исследования.

**Апробация результатов работы.** По теме исследования опубликована статья, в которой нашли отражение некоторые результаты научной исследовательской работы:

1. Дьяков А.О. Фирменное наименование юридического лица: историко-правовой контекст. / А.О. Дьяков // Развитие инновационной экономики: проблемы и научные достижения, материалы III Международной научно-практической конференции. Энгельс, ИНИРПК 2019. С.56-60.

Структура исследования состоит из введения, трех взаимосвязанных глав, последовательно раскрывающих тему выпускной квалификационной работы, которые в свою очередь включают параграфы, заключения и списка использованных источников.

## Основное содержание работы

**Первая глава** магистерской работы «**Общие положения о фирменном наименовании по гражданскому законодательству Российской Федерации**» посвящена изучению историко-правовому аспекту фирменного наименования; понятия и структуры фирменного наименования, исследованию запретов и ограничений использования его.

Установлено, что согласно гражданскому законодательству фирменное наименование представляет собой наименование коммерческой организации, которое позволяет отличать ее от других участников гражданского оборота, отражается в учредительных документах, включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации.

Выявлено, что главное назначение данного правового института - индивидуализировать субъект гражданского оборота среди других участников. Такая способность к индивидуализации должна основываться на некоторых общих положениях, касающихся требований, обязательных по отношению к фирменным наименованиям.

Правовая охрана фирменному наименованию предоставляется сразу же после регистрации организации и внесения сведений о ней в ЕГРЮЛ. Указанные два действия происходят одновременно, параллельно. Это формальные моменты, без осуществления которых юридическое лицо не может использовать свое фирменное наименование.

Статья 54 ГК РФ «Наименование и место нахождения юридического лица» определяет общие положения о наименовании юридического лица. Любое юридическое лицо имеет свое наименование, которое указывается в учредительных документах.

ГК РФ устанавливает для коммерческой организации специальное средство индивидуализации — фирменное наименование.

Главное назначение данного правового института - индивидуализировать субъект гражданского оборота среди других участников. Такая способность к индивидуализации должна основываться на некоторых общих положениях,

касающихся требований, обязательных по отношению к фирменным наименованиям.

Структура фирменного наименования включает наименование и указание на организационно-правовую форму юридического лица.

Отмечается, что к структуре фирменного наименования законодатель предъявляет определенные требования, но момент творческого подхода все равно присутствует

Обосновывается вывод, согласно которому организации должны корректно использовать свое фирменное наименование, не нарушая права других участников гражданского оборота.

Выявлены основные принципы правового режима фирменного наименования, такие, как:

- принцип обязательности использования фирменного наименования, который заключается в обязанности коммерческой организации применять данное средство индивидуализации при участии в гражданском обороте в соответствии с законодательством;

- принцип необоротоспособности фирменного наименования, состоящий в недопустимости распоряжения исключительным правом на данное средство индивидуализации.

Обосновывается вывод, согласно которому отмечается недоработанность законодательства по вопросу соотношения понятий «наименование юридического лица» и «фирменное наименование коммерческой организации»; недостаточно проработан механизм проверки в целях избегания регистрации заведомо тождественных фирменных наименований.

**В главе второй «Правовая сущность и нормативное содержание права на фирменное наименование»** исследуется содержание исключительного права на фирменное наименование, специфику действия исключительного права на фирменное наименование.

Моментом возникновения исключительного права на фирменное наименование юридического лица является день государственной регистрации коммерческой организации. На территории Российской Федерации действует

исключительное право на фирменное наименование, включенное в единый государственный реестр юридических лиц (п. 1 ст. 1475 ГК РФ).

Содержание исключительного права на фирменное наименование: юридическому лицу принадлежит право использования своего фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (указывать его на вывесках, в различной документации, на буклетах, на баннерах, на печати, на товаре и упаковке и тд).

Установлено, что к нарушениям исключительного права на фирменное наименование относят использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица; использование юридическим лицом фирменного наименования, или сходного с ним до степени смешения, если указанные юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в единый государственный реестр юридических лиц ранее, чем фирменное наименование первого юридического лица.

**В главе третьей «Гражданско-правовая защита исключительного права на фирменное наименование»** исследуются формы защиты права на фирменное наименование, гражданско-правовые способы защиты права на фирменное наименование

Отмечается, что защита исключительного права на фирменное наименование осуществляется путем предъявления требования; о признании права; о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; о возмещении убытков; об изъятии материального носителя; о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя; о выплате компенсации за нарушение права и др.

Установлено, что при осуществлении защиты исключительного права на фирменное наименование претензионный или иной досудебный порядок урегулирования спора не был ранее предусмотрен. В настоящее же время

досудебный порядок урегулирования становится обязательным при рассмотрении ряда дел о нарушении интеллектуальных прав.

Защита права на фирменное наименование осуществляется только по иску правообладателя в случае нарушения права на фирменное наименование.

Аргументируется вывод о том, что, в целом характеризуя механизм правовой охраны и защиты фирменного наименования, среди средств индивидуализации законодатель уделил меньше всего внимания фирменному наименованию.

Анализ судебной практики позволяет сделать вывод о том, что необходимо реформирование действующего законодательства путем внесения изменений в ГК РФ.

Обосновывается мнение о том, что на сегодняшний день кодификация российского законодательства об интеллектуальной собственности не может быть признана завершенной. В законодательстве о фирменном наименовании остаются некоторые правовые пробелы.

Поскольку средства индивидуализации приобретают все большее значение в современной рыночной экономике страны, необходимо расширять законодательную базу правовой охраны и защиты фирменных наименований.

Совершенствование законодательства о средствах индивидуализации юридического лица будет способствовать развитию хозяйственной деятельности в России.

**В заключении** подведены итоги исследования, сделаны обобщающие выводы, представлены некоторые предложения по изменению действующего законодательства Российской Федерации.