

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра гражданского права и процесса

**ПРАВОВАЯ ОХРАНА ФИРМЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ
ПО ГРАЖДАНСКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Автореферат бакалаврской работы

студента 5 курса 511 группы
направления подготовки 40.03.01 – «Юриспруденция»
юридического факультета

Пеньковой Анастасии Михайловны

Научный руководитель
доцент кафедры гражданского
права и процесса, к.пол.н.

М.К. Ананьева

подпись, дата

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

Е.Н.Тогузаева

подпись, дата

Саратов
2024

Актуальность темы бакалаврской работы обусловлена рядом факторов. Стабильное функционирование современной экономической системы невозможно без использования участниками гражданского оборота обозначений, индивидуализирующих их продукцию, работы, услуги, предприятия и самих субъектов предпринимательской деятельности. Это способствует ясности и эффективности гражданского оборота.

Хотя управление денежными потоками, производственными зданиями и оборудованием остается важным для предприятий, в настоящее время для получения конкурентных преимуществ необходимо также эффективно управлять исключительными правами на средства индивидуализации. Их значение заключается в том, что они служат основой для создания бренда компании. Это позволяет организации проводить независимую ценовую политику и поддерживать цены на свои товары или услуги на высоком уровне, даже в условиях жесткой конкуренции и экономического кризиса.

Основная ценность средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ и услуг заключается не в самих средствах, а в создании справедливой конкуренции путем отграничения отдельных хозяйствующих субъектов, их продукции, работ или услуг. Это направление совершенствования законодательной базы в этой сфере способствует эффективному правовому регулированию всех средств индивидуализации, включая фирменное наименование, которое является непосредственным объектом настоящего исследования.

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

Значение фирменного наименования увеличивается с расширением и укреплением международных торговых связей России с другими странами. Эффективная защита прав на средства индивидуализации способствует росту международного авторитета Российской Федерации и улучшению инвестиционной привлекательности страны.

Отечественное законодательство в сфере прав на средства индивидуализации развивалось давно, но лишь в 2008 году были внесены существенные изменения в часть 4 ГК РФ, появилась глава 76 ГК РФ, посвященная вопросам права на фирменное наименование. Однако и после принятия части четвертой Гражданского кодекса РФ с закреплением в ней отдельных параграфов, посвященных указанным объектам, дискуссионных вопросов относительно правовой природы фирменных наименований не стало меньше. Очевидно, что фирменное наименование, как и в государствах с развитым правопорядком, должно оставаться объектом интеллектуальной собственности, режим правовой охраны которого нуждается в серьезном реформировании.

Актуальность исследования фирменного наименования обусловлена тем, что в законодательстве существует много пробелов относительно данного правового института. По-прежнему в законодательстве нет четкого определения фирменного наименования. В ГК РФ и ряде законов имеется только конкретизация того, что должно включать наименование и его структура. 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. Таким образом, важно разработать правовой режим использования фирменного наименования, чтобы функционировать в здоровой конкурентной среде и добиваться высоких успехов в бизнесе.

Целью работы является комплексное общетеоретическое исследование защиты фирменного наименования юридических лиц, его применение в сфере гражданского оборота, изучение судебной практики.

В соответствии с поставленной целью в задачи исследования входит:

- изучить понятие фирменного наименования, его отличительные признаки, функции;
- раскрыть содержание исключительного права на фирменное наименование;
- изучить основания возникновения и прекращения права на фирменное наименование;
- рассмотреть способы защиты права на фирменное наименование.

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

Предметом исследования являются нормативно–правовые акты Российской Федерации, материалы правоприменительной и судебной практики о фирменном наименовании, а также научные концепции и положения, содержащиеся в юридической литературе по исследуемой теме.

Методологическую основу работы составляют как общенаучные, так и специальные методы научного познания. В частности, анализ, синтез, описание, абстрагирование, институциональный метод, сравнительно–правовой и формально–юридический.

Теоретическая основа работы сформировалась в результате изучения и использования большого количества научно–монографического материала и публикаций по выбранной теме. Ценным источником явились работы отечественных ученых юристов: Гаврилова Э.П., Еременко В.И., Муромцева Г.И., Орловой В.В., Шершеневича Г.Ф.

Структура работы определяется целью и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения и списка используемой литературы.

Основное содержание работы

В параграфе 1.1. «Понятие, признаки фирменного наименования» Главы 1. «Общие положения о фирменном наименовании в законодательстве Российской Федерации» исследуется определение фирменного наименования, а также его признаки.

В действующей редакции ГК РФ от 18.12.2006 № 230-ФЗ ст. 1473 сказано, Фирменное наименование – это название коммерческой организации, которое прописано в учредительных документах. Именно это название включают в ЕГРЮЛ. Под этим название компания выступает в коммерческом обороте.

Фирменное название состоит из наименования юридического лица и указания на его организационно-правовую форму.

Фирменное наименование - это официальное название коммерческой организации, которое используется для ее идентификации в гражданском обороте. Оно должно соответствовать следующим признакам:

1. Уникальность - фирменное наименование должно отличаться от наименований других юридических лиц, зарегистрированных в едином государственном реестре.

2. Соответствие организационно-правовой форме - фирменное наименование должно содержать указание на организационно-правовую форму юридического лица.

3. Непротиворечивость закону - фирменное наименование не должно противоречить требованиям законодательства, общественным интересам, принципам гуманности и морали.

4. Состоятельность - фирменное наименование должно состоять из слов, букв, цифр, а также может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции.

5. Определенность - фирменное наименование должно позволять определить конкретное юридическое лицо и не должно вводить в заблуждение потребителей или контрагентов.

6. Полнота - фирменное наименование должно содержать полное наименование юридического лица и может также содержать сокращенное наименование.

7. Язык - фирменное наименование может быть на русском языке или любом языке народов Российской Федерации, а также на иностранном языке.

В параграфе 1.2. «Функции фирменного наименования» исследуются функции фирменного наименования.

Анализ научной литературы позволяет выделить три основных функции использования фирменного наименования:

1. Идентификационная, обеспечивающая выделение конкретного юридического лица среди подобных в гражданском обороте;

2. Информационная, позволяющая донести до потребителя сведения о предпринимательской деятельности в целом;

3. Рекламная, нацеленная на повышение известности, узнаваемости субъекта индивидуализации, поскольку потребитель связывает фирменное наименование, прежде всего, с деятельностью компании и производимой ею продукцией.

В параграфе 2.1. «Исключительность права на фирменное наименование» Главы 2. «Право на фирменное наименование» исследуется сущность исключительного права на фирменное наименование.

Фирменное наименование является результатом интеллектуальной деятельности и играет ключевую роль в успешном ведении коммерческой деятельности, позиционировании на рынке и привлечении клиентов. Правообладатель имеет исключительное право на фирменное наименование, которое гарантирует его участие в гражданском обороте как объекта интеллектуальной собственности.

Исключительное право является одним из видов интеллектуальных прав, определенных в Гражданском кодексе Российской Федерации, и характеризуется как имущественное право. Правообладатель может

использовать результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом, а также распоряжаться исключительным правом на них. Кроме того, правообладатель может запрещать или разрешать использование результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации другим лицам.

Исключительное право на фирменное наименование отличается от других видов гражданских прав, прежде всего вещных, и характеризуется монополией правообладателя. Большинство цивилистов считает, что исключительное право обеспечивает его обладателю возможность совершать все дозволенные законом действия с одновременным запретом всем третьим лицам совершать таких действий.

Согласно статье 1229 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридические лица, обладающие исключительным правом на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, вправе использовать их по своему усмотрению, не противоречащими закону способами и могут разрешать или запрещать другим лицам их использовать. Установлено, что исключительное право юридического лица на использование своего фирменного наименования, определяется в его учредительных документах и вносится в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации. Это право обеспечивает индивидуализацию юридического лица в гражданском обороте и предотвращает использование другими лицами фирменного наименования, которое может ввести в заблуждение потребителей или контрагентов. Исключительное право на фирменное наименование действует на всей территории Российской Федерации и может быть защищено в судебном порядке в случае нарушения. усилить юридическую защиту фирменного наименования, запретить использование названия в судебном и досудебном порядке, предъявить требования о возмещении ущерба, заблокировать ввоз

контрафактной продукции и запретить использование доменного имени, сходного с фирменным наименованием.

Регистрация действует в течение 10 лет и может быть продлена многократно. Для регистрации фирменное наименование должно быть уникальным и способным к идентификации фирмы и ее товаров. Процедура регистрации включает в себя несколько этапов, включая формальную экспертизу и экспертизу по существу обозначения.

В параграфе 2.2. «Возникновение и прекращение исключительного права на фирменное наименование» рассматриваются условия и процесс возникновения и прекращения исключительного права на фирменное наименование.

Моментом возникновения исключительного права на фирменное наименование юридического лица является день государственной регистрации коммерческой организации. Государственная регистрация осуществляется органами Федеральной налоговой службы РФ в срок не более чем пять рабочих дней со дня представления документов. В Едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ) вносятся сведения о юридическом лице, включая его фирменное наименование.

Исключительное право на фирменное наименование прекращается в момент исключения фирменного наименования из ЕГРЮЛ в связи с прекращением юридического лица либо изменением его фирменного наименования. Реорганизация юридического лица может осуществляться в форме слияния, присоединения, разделения, выделения, преобразования. При реорганизации в форме выделения и присоединения прекращение юридического лица не происходит. Юридическое лицо может быть исключено из ЕГРЮЛ, если в течение последних двенадцати месяцев не представляло документы отчетности и не осуществляло операций по банковскому счету. После исключения фирменного наименования из ЕГРЮЛ другая коммерческая организация может получить исключительные права на данное фирменное наименование в случае регистрации.

В параграфе 2.3. «Содержание исключительного права на фирменное наименование» рассматриваются правомочия, составляющие объем и содержание исключительного права на фирменное наименование.

В соответствии со ст.1474 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 т.д.).

В п.2 ст.1474 ГК РФ содержится абсолютный запрет на распоряжение фирменным наименованием (в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования).

В параграфе 2.4. «Гражданско–правовые способы защиты права на фирменное наименование» исследуются способы защиты права на фирменное наименование установленные Гражданским кодексом Российской Федерации.

Защита права на фирменное наименование в России осуществляется по иску правообладателя в случае нарушения. Не допускается использование тождественного или сходного фирменного наименования, если юридические лица осуществляют аналогичную деятельность и фирменное наименование второго юридического лица было включено в Единый государственный реестр юридических лиц ранее. Приоритет возникновения исключительного права на фирменное наименование определяется моментом государственной регистрации юридического лица. В случае нарушения исключительного права, правообладатель может требовать прекращения использования фирменного наименования и возмещения убытков. В состав реального ущерба входят фактически понесенные расходы и расходы, необходимые для восстановления нарушенного права.

В параграфе 2.4. «Регистрация фирменного наименования как товарного знака как способ повышения эффективности охраны и защиты» рассматриваются преимущества регистрации фирменного наименования как товарного знака для защиты бизнеса.

Регистрация фирменного наименования в качестве товарного знака является важным шагом для защиты бизнеса. Она позволяет

Фирменное наименование является одним из важнейших средств индивидуализации коммерческой организации, отражающим ее имидж и узнаваемость на рынке.

В Гражданском кодексе Российской Федерации не раскрывается понятия фирменного наименования, однако, анализ положений действующего гражданского законодательства, поможет выявить основные признаки и функции фирменного наименования, тем самым в полной мере позволит составить полное представление о природе данного правового явления.

Способы защиты права на фирменное наименование являются важными аспектами исследования. Было выяснено, что защита права на фирменное наименование в России осуществляется только по иску правообладателя в случае нарушения исключительного права. Приоритет возникновения права определяется моментом государственной регистрации юридического лица. В случае нарушения права, правообладатель может требовать прекращения использования фирменного наименования другой организацией и возмещения причиненных убытков. При этом, не имеет значения, когда правообладатель фактически приступил к соответствующей деятельности. В состав реального ущерба входят не только фактически понесенные расходы, но и расходы, которые должны быть произведены для восстановления нарушенного права. При нарушении исключительного права на фирменное наименование, претензионный или иной досудебный порядок урегулирования спора не предусмотрен. В случае возникновения спора в отношении фирменного наименования юридического лица, необходимо

учитывать, что различие организационно–правовой формы как части фирменных наименований само по себе не свидетельствует об отсутствии нарушения права на фирменное наименование. Истец не обязан представлять в суд доказательства, свидетельствующие о факте введения потребителей в заблуждение. Достаточно представить доказательства, свидетельствующие о вероятности смешения двух конкурирующих обозначений.

Регистрация фирменного наименования в качестве товарного знака позволяет усилить юридическую защиту фирменного наименования, предоставив владельцу право запретить использование своего названия, как в судебном, так и в досудебном порядке, а также предъявить требования о возмещении ущерба, полученного от незаконного использования названия фирмы.

Фирменное наименование, зарегистрированное в качестве товарного знака, может быть включено в таможенный реестр для блокировки ввоза контрафактной продукции, а также защищено от использования в доменных именах, имеющих сходство до степени смешения с фирменным наименованием.

Для регистрации фирменного наименования в качестве товарного знака необходимо, чтобы оно было уникальным, имело способность к идентификации фирмы и ее товаров, и заявляло относительно определенных товаров и услуг, перечисляемых по классам МКТУ. Заявка проходит процедуру делопроизводства, которая включает в себя регистрацию заявки, формальную экспертизу, экспертизу по существу обозначения и завершающий этап, включающий в себя внесение сведений о товарном знаке в Госреестр, публикацию данных в открытых источниках и получение охранного свидетельства на фирменное наименование в статусе товарного знака.

Однако, несмотря на существующие правовые нормы и механизмы защиты, в сфере правовой охраны фирменного наименования выявлены определенные проблемы. К ним относятся несовершенство законодательной

базы: недостаточная четкость и конкретность некоторых норм, регулирующих вопросы регистрации и использования фирменных наименований, что приводит к различным толкованиям и сложностям в применении; проблемы с регистрацией: затруднения, связанные с проверкой уникальности фирменного наименования, длительностью процедуры регистрации, а также возможностью злоупотребления приоритетом при подаче заявки; недостаточная эффективность мер по пресечению нарушений: сложности в доказывании факта нарушения прав на фирменное наименование, недостаточная ответственность за нарушение.

Для решения этих проблем необходимо совершенствование законодательной базы, усиление контроля, за соблюдением прав на фирменное наименование, а также развитие международного сотрудничества в сфере защиты интеллектуальной собственности. Кроме того, важно повышать уровень правовой грамотности участников рынка и потребителей, чтобы они могли эффективно защищать свои права и интересы.

В заключении изложены выводы, сделанные в результате выполненного исследования.