

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/30419>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Юриспруденция

Введение 4

Глава 1. Фирменные наименования и коммерческие обозначения: дискуссии об определении 8

1.1. Понятие, сущность и принципы фирменного наименования 8

1.2. Понятие, сущность и принципы коммерческого обозначения. 19

Глава 2. Правовая природа защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения и её осуществление 30

2.1. Правовая природа защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 30

2.2. Порядок осуществления защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 34

Глава 3. Проблемы и перспективы развития защиты права на фирменное наименование и коммерческие обозначения 37

3.1. Практические проблемы защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 37

3.2. Перспективы развития правового регулирования защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения 54

Заключение 63

Библиографический список 66

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 69 страниц, 45 использованный источник.

ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ, КОММЕРЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ, ЗАЩИТА НЕИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ, ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ПРАВО.

Объектом данной работы являются общественные отношения, возникающие в связи с охраной фирменного наименования и коммерческого обозначения.

Цель работы заключается в том, чтобы на основе анализа законодательства, научной литературы, судебной практики исследовать проблемы защиты права на фирменные наименования и коммерческие обозначения.

В процессе работы использовался ряд общенаучных методов: диалектический метод как универсальный метод познания, методы анализа и синтеза; а также ряд специальных методов: сравнительно-правовой, формально-юридический метод, наряду с системным и логическим подходами.

В ходе исследования посредством анализа судебной практики выявлены основные проблемы реализации права на защиту фирменных наименований и коммерческих обозначений. В результате исследования предложены меры по совершенствованию законодательства об охране прав на фирменные наименования и коммерческие обозначения, которые могут быть использованы на практике.

Область применения – коммерческая и предпринимательская деятельность.

Эффективность – повышение качества защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения.

Введение

Актуальность темы работы обусловлена тем, что все коммерческие организации в силу закона должны иметь фирменное наименование - словесное обозначение организации, включающее указание на ее организационно-правовую форму и собственно наименование (ст. 1473 Гражданского кодекса РФ).

Так же актуальность темы обусловлена и тем, что в России фирменные наименования и коммерческие обозначения, в правовом отношении менее охраняемы, чем другие объекты интеллектуальной собственности. Даже после принятия части четвертой ГК РФ с закреплением в ней отдельных параграфов в главе 76, посвященных указанным объектам, дискуссионных вопросов относительно правовой природы фирменных наименований и коммерческих обозначений не стало меньше.

В современном мире особую актуальность приобретает интеллектуальная собственность, способствующая ведению бизнеса и качественно повышающая уровень сферы общественного благосостояния. Благодаря этому происходит установление стабильной конкуренции, развитие и внедрение совершенно новой продукции и видов услуг, обеспечиваются рабочие места и занятость населения.

Понятие «интеллектуальная собственность» охватывает широкий спектр прав, закрепленных в

международных правовых актах и законодательстве Российской Федерации: в отношении результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана. Само понятие получило распространение на мировой арене в 60-е гг. XX в.

В свою очередь, к средствам индивидуализации, безусловно, относятся товарные знаки и знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, фирменные наименования и коммерческие обозначения.

Степень научной разработанности темы. Данная тема привлекает внимание многих авторов. В литературе, есть например, следующие.

Шахназаров Б.А. в статье «Некоторые терминологические аспекты международного права промышленной собственности» анализирует проблемы охраны результатов интеллектуальной деятельности, выражающихся в тех или иных объектах промышленной собственности и приравненных к ним в контексте терминологии российского законодательства средств индивидуализации, которые являлись предметом обсуждения государств с давних времен и актуальны по настоящее время.

Чернишкина Г.Н. в статье «Современное понимание индивидуализации юридического лица в гражданском обороте, или Об исключительном праве на наименование и фирменное наименование юридического» анализирует структуру наименования юридического лица и фирменного наименования. Отмечается, что в законе приведена их противоречивая формулировка; по смыслу действующего законодательства наименование применимо только к некоммерческим юридическим лицам.

В.И. Еременко на основе положений универсальных международных договоров и зарубежной практики анализирует соотношение понятий "фирменное наименование" и "коммерческое обозначение" в российском законодательстве в связи с ошибочными предложениями отдельных авторов относительно указанного вопроса. Но в данной сфере еще много нерешенных вопросов.

Объектом данной работы являются общественные отношения, возникающие в связи с охраной фирменного наименования и коммерческого обозначения.

Предметом работы являются нормы действующего законодательства, регулирующие защиту права на фирменное наименование и коммерческое обозначение, практика их применения, а так же научная и учебная литература по теме исследования.

Целью настоящей работы является комплексный анализ проблемы защиты права на фирменные наименования и коммерческие обозначения.

Задачами работы ставятся:

- изучить понятие, сущность и принципы фирменного наименования;
- исследовать понятие, сущность и принципы коммерческого обозначения;
- рассмотреть правовую природу защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения;
- проанализировать порядок осуществления защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения.
- выявить практические проблемы защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения;
- определить перспективы развития правового регулирования защиты фирменного наименования и коммерческого обозначения.

Методологическую основу исследования составили общие и частные методы исследования, в том числе описательный, историко-юридический, системно-правовой, формально-юридический, метод сравнительного анализа.

Эмпирическую базу исследования составили Конституция Российской Федерации, федеральные конституционные законы, федеральные законы, подзаконные нормативные правовые акты ведомственного характера, правоприменительные и интерпретационные акты судебных органов Российской Федерации.

Научная новизна бакалаврской работы определяется тем, что данная работа является комплексным исследованием, в котором освещаются как теоретические аспекты защиты прав на фирменные наименования и коммерческие обозначения, так и практические особенности.

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении взглядов ведущих ученых юристов в рассматриваемой области.

Практическая значимость работы заключается в том, что работа содержит выводы и предложения, которые могут быть использованы на практике в части совершенствования законодательства по анализируемым вопросам.

Структура работы: введение, две главы, заключение и библиографический список.

Глава 1. Фирменные наименования и коммерческие обозначения: дискуссии об определении

1.1. Понятие, сущность и принципы фирменного наименования

Фирменное наименование (кратко просто «фирма») - это наименование коммерческого юридического лица, которое определяется в его учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование определяется в учредительных документах коммерческой организации и, путем государственной регистрации, включается в ЕГРЮЛ.

Таким образом, с момента включения в ЕГРЮЛ возникает юридическое лицо и исключительные права на его фирменное наименование.

Законодатель не допускает распоряжения исключительным правом на фирменное наименование, в том числе путем его отчуждения или предоставления другому лицу права использования фирменного наименования.

В остальном юридическое лицо реализует свои исключительные права на фирменное наименование любым не противоречащим закону способом, в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в Интернете.

Исключительное право на фирменное наименование одного юридического лица делает невозможным использование другими юридическими лицами тождественного фирменного наименования или сходного с ним до степени смешения, если такие юридические лица осуществляют аналогичную деятельность.

Компания-правообладатель может обратиться к юридическому лицу, нарушающему его исключительные права, с требованием о прекращении использования фирменного наименования и возмещения причиненных вследствие этого убытков.

Согласно ст. 1474 Гражданского кодекса РФ юридическое лицо, которому предъявляются такие требования, обязано по своему выбору либо прекратить использование фирменного наименования, либо внести в него изменения. При возникновении подобных споров преимущество на фирменное наименование получает юридическое лицо, которое было включено в ЕГРЮЛ ранее.

Достаточно часто юридическое лицо использует свое фирменное наименование или его отдельные элементы, включая в состав коммерческого обозначения либо в состав товарного знака или знака обслуживания. В таких случаях фирменному наименованию предоставляется самостоятельная правовая охрана вне зависимости от правовой охраны объектов, составной частью которых оно является.

Фирменное наименование юридического лица содержит указание на его организационно-правовую форму (общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, государственное унитарное предприятие и др.) и собственно наименование юридического лица («Парикмахерская «Натали», «Издательство «Экзамен», «Кондитерская фабрика «Красный Октябрь» и т.п.). Наименование юридического лица обязательно должно быть словесным. Обычно оно обозначает род деятельности юридического лица. Следует, однако, иметь в виду, что коммерческие юридические лица, за исключением унитарных предприятий и иных видов организаций, предусмотренных законом, могут иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных законом (ст. 49 ГК РФ).

Наименование коммерческого юридического лица считается его фирменным наименованием (фирмой).

Сведения об организационно-правовой форме юридического лица (то есть указания «ООО», «АО», «ГУП» и т.п.) в понятие «фирменное наименование» (как объект исключительного права юридического лица) не входят и при рассмотрении случаев о тождестве и сходстве фирменных наименований разных юридических лиц не учитываются.

С момента государственной регистрации коммерческого юридического лица у него возникает исключительное право на фирменное наименование (ст. 1229, 1474 ГК РФ). 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. Никакой особой государственной регистрации фирменного наименования как такового не требуется и не производится.

Действующее российское законодательство не содержит норм, касающихся прав на фирменные наименования иностранных юридических лиц. Следует считать, что в соответствии со ст. 8 Парижской конвенции по охране промышленной собственности фирменные наименования иностранных юридических лиц стран - участниц Конвенции пользуются на территории России исключительным правом с момента, когда юридическое лицо стало участвовать в гражданском обороте России.

Содержание исключительного права на фирменное наименование состоит в следующем: юридическое лицо вправе использовать свое фирменное наименование при индивидуализации себя и производимых или сбываемых им товаров, производстве работ и оказании услуг. В частности, фирменное наименование может указываться на вывесках, бланках, счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в Интернете.

Фирменное наименование или отдельные его элементы, в частности сокращенное фирменное наименование, могут быть использованы правообладателем в составе коммерческого обозначения или в принадлежащем ему товарном знаке. При этом фирменное наименование, включенное в коммерческое обозначение или в товарный знак, охраняется независимо от охраны самого коммерческого обозначения или товарного знака.

В содержание исключительного права на фирменное наименование не входит правомочие распоряжения (п. 2 ст. 1474 ГК РФ). Это означает, что исключительное право на фирменное наименование не может быть отчуждено (уступлено) другой организации. Не могут заключаться и другие договоры, касающиеся распоряжения фирменным наименованием, например лицензионные. Вместе с тем возможны внеправовые соглашения о том, что обладатель исключительного права на фирменное наименование вносит в него изменение, а другая сторона соглашения одновременно регистрирует это обозначение в качестве своего фирменного наименования. Такое соглашение должно выполнять роль договора об отчуждении исключительного права на фирменное наименование. Возможны и соглашения между юридическими лицами, имеющими одинаковые или сходные фирменные наименования, о разделении сфер своей деятельности либо об отказе от предъявления взаимных претензий о нарушениях исключительных прав на фирменные наименования. Такие соглашения должны играть роль лицензионных договоров. Отсутствие у обладателя исключительного права правомочия распоряжения не влечет ущербность этого исключительного права, поскольку многие фирменные наименования представляют собой большую имущественную ценность.

Библиографический список

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Заключена в г. Риме 04.11.1950 // Собрание законодательства РФ, 08.01.2001, N 2, ст. 163.
2. Конвенция по охране промышленной собственности. Заключена в Париже 20.03.1883 // Закон, N 7, 1999.
3. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 29.01.1996, N 5, ст. 410.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 25.12.2006, N 52 (1 ч.), ст. 5496.
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 1.
7. Федеральный закон от 21.11.2011 N 325-ФЗ «Об организованных торгах» // Собрание законодательства РФ, 28.11.2011, N 48, ст. 6726.
8. Федеральный конституционный закон от 28.04.1995 N 1-ФКЗ «Об арбитражных судах в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 01.05.1995, N 18, ст. 1589.
9. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, N 3, ст. 145.
10. Федеральный закон от 24.07.2008 N 161-ФЗ «О содействии развитию жилищного строительства» // Собрание законодательства РФ, 28.07.2008, N 30 (ч. 2), ст. 3617.
11. Приказ Минспорттуризма от 5 мая 2010 г. N 420/1 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2010. N 29.
12. Определение Конституционного Суда РФ от 10.02.2009 N 244-О-О // Вестник Конституционного Суда РФ. 2009. N 4.
13. Определение Конституционного Суда РФ от 10.02.2009 N 244-О-О // Вестник Конституционного Суда РФ, 2009, N 4.
14. Определение Верховного Суда РФ от 11.07.2017 N 53-КГ17-12 // СПС «КонсультантПлюс».
15. Постановление Пленума Верховного Суда РФ N 5, Пленума ВАС РФ N 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской

Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 6, июнь, 2009.

16. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда РФ, N 8, август, 2015.

17. Постановление ФАС Центрального округа от 9 августа 2012 г. по делу N A14-11463/2010 // СПС «КонсультантПлюс».

18. Постановление ФАС Московского округа от 6 февраля 2013 г. по делу N A40-87094/12-2-429 // СПС «КонсультантПлюс».

19. Постановление ФАС Московского округа от 12 декабря 2011 г. по делу N A40-54483/11-21-458 // СПС «КонсультантПлюс».

20. Постановление ФАС Московского округа от 27 октября 2011 г. по делу N A40-29335/10-143-251 // СПС «КонсультантПлюс».

21. Постановление Девятого арбитражного суда от 24 декабря 2013 г. N 09АП-42382/2013-ГК по делу N A40-61749/13 // СПС «КонсультантПлюс».

22. Постановление ФАС Московского округа от 25 мая 2009 г. N КГ-А40/1594-09 по делу N A40-18395/08-26-81 // СПС «КонсультантПлюс».

23. Постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 18 июля 2014 г. N 15АП-10282/2014 // СПС «КонсультантПлюс».

24. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 22 марта 2016 г. N C01-112/2016 по делу N A11-5155/2015 // СПС «КонсультантПлюс».

25. Постановление ФАС Северо-Кавказского округа от 09.02.2012 по делу N A32-9696/2011.

26. Постановление ФАС Уральского округа от 24.06.2011 N Ф09-3428/11-С6 по делу N A60-34730/2010-С7 // СПС «КонсультантПлюс».

27. Постановление ФАС Восточно-Сибирского округа от 06.06.2012 по делу N A19-15965/2011 // СПС «КонсультантПлюс».

28. Определение ВАС РФ от 01.04.2014 N ВАС-3189/14 по делу N A40-173939/2012 // «КонсультантПлюс».

29. Определение ВС РФ от 13.03.2015 N 300-ЭС15-1187 по делу N СИП-310/2014 // «СПС «КонсультантПлюс»..

30. Постановление ФАС Западно-Сибирского округа от 13.03.2012 по делу N A46-9631/2011 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».

31. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 29.05.2012 N 17АП-3980/2012-ГК по делу N A60-41032/2011 // СПС «КонсультантПлюс».

32. Постановление Первого арбитражного апелляционного суда от 06.04.2015 по делу N A79-7106/2014 // СПС «КонсультантПлюс».

33. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 07.03.2014 N C01-106/2014 по делу N A40-64429/2013// СПС «КонсультантПлюс».

34. Ворожевич А.С. Защита брендов: стратегии, системы, методы: учебное пособие для магистров. Москва: Проспект, 2017. С. 59.

35. Гаврилов Э.П. Права на средства индивидуализации // Патенты и лицензии. 2016. N 5. С. 2.

36. Гаврилов Э.П. Права на средства индивидуализации // Патенты и лицензии. 2016. N 5. С. 11.

37. Зуйкова Н.В. Правовая охрана логотипа // СПС КонсультантПлюс. 2018.

38. Клейменова М.О. Перспективы повышения эффективности судебной защиты исключительного права на фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2016. N 2. С. 64.

39. Научно-практический комментарий судебной практики в сфере защиты интеллектуальных прав / В.О. Калятин, Д.В. Мурзин, Л.А. Новоселова и др.; Под общ. ред. Л.А. Новоселовой. М.: Норма, 2014. С. 66

40. Ожева З.Р. Исключительные права на коммерческое обозначение в предпринимательском праве Российской Федерации: проблемы теории и практики: Автореф. ... канд. юрид. наук. 12.00.03. М., 2013. С. 13.

41. Право интеллектуальной собственности: Учебник для академического бакалавриата / Под ред. Л.А. Новоселовой. М., 2016. С. 87.

42. Рагулина А.В., Никитова А.А. Интеллектуальная собственность: понятие, содержание и защита. М.: Редакция «Российской газеты», 2017. Вып. 21. С. 49.

43. Свищева Е.И. Признаки охраноспособности коммерческих обозначений // Вестник арбитражной практики. 2014. N 3. С. 17.

44. Филиппова С.Ю. Фирменное право России. М.: Статут, 2016. С. 119.

45. Черничкина Г.Н. Современное понимание индивидуализации юридического лица в гражданском

обороте, или Об исключительном праве на наименование и фирменное наименование юридического лица // Современное право. 2017. N 3. С. 56.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/30419>