УДК/UDC 347.774

Проблемы использования фирменного наименования в предпринимательской деятельности

Костенко Ольга Сергеевна
студентка юридического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: kostalya@yandex.ru
SPIN-код: 3537-6585

Аннотация

В данной статье рассматриваются правоотношения, связанные с фирменным наименованием, проблемы злоупотребления правом, недобросовестной конкуренции среди предпринимателей. Автор рассматривает проблемы реализации правообладателем законных прав на фирменное наименование, способы их защиты, а также проблемы использования фирменного наименования в сфере сельского хозяйства и меры, принимаемые государством в целях развития данной области.

Ключевые слова: фирменное наименование, недобросовестная конкуренция, злоупотребление правом, субъекты предпринимательской деятельности, защита прав, сельское хозяйство.

Issues of Using of a Firm-Name in Business Activity

Kostenko Olga Sergeyevna
student of the Faculty of Law
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: kostalya@yandex.ru
SPIN Code: 3537-6585

Abstract

This article touches upon the legal relationship connected with the firm-name, the issues of misuse of right and unfair competition among businessmen. The author examines the issues of realization of the lawful rights on the firm-name by the rightholder and the means of their protection, as well as the issues of using of a firm-name in the field of agriculture and the measures taken by the state in order to develop this field.

Key words: firm-name, unfair competition, misuse of right, subjects of business activiy, rights protection, agriculture.

Фирменным наименованием (фирмой) признается обозначение, используемое для индивидуализации коммерческой организации в обороте. Исторически под фирмой понималось средство индивидуализации как участника предпринимательской деятельности (купца, торговца), так и принадлежащего такому участнику предприятия (дела) [1, 2]. В настоящее время средством индивидуализации предпринимателя является фирменное наименование, а средством индивидуализации предприятия — коммерческое обозначение.

В связи с ужесточением конкуренции на рынке участники предпринимательской деятельности с целью привлечения новой клиентской базы осуществляют вложения в усовершенствование своих рекламных программ, характеристик и качества работ, товаров, услуг. Чтобы выделиться на фоне остальных предпринимателей, используются различительные обозначения, главным из которых является фирменное наименование, которое предоставляет правообладателю монополизировать действия по коммерческой эксплуатации материального объекта, приносящие прибыль, и устанавливать запрет для иных лиц совершать такие действия без разрешения правообладателя.

Субъектами данного вида отношений являются коммерческие организации, которые являются правообладателями исключительного права на фирменное наименование, а также органы исполнительной власти в лице Федеральной налоговой службы, Федеральной антимонопольной службы и Федеральной службы по интеллектуальной собственности, ко-

торые осуществляют регистрацию, лицензирование, реорганизацию, ликвидацию, осуществляют контроль и надзор за деятельностью коммерческих организаций как правообладателей.

В соответствии со ст. 54 Гражданского кодекса РФ каждая коммерческая организация должна иметь фирменное наименование [3]. Оно выполняет роль индивидуализации как деятельности субъекта предпринимательской деятельности, так и его самого. Но индивидуализация одновременно деятельности и субъекта посредством фирменного наименования в теории является спорным вопросом, а на практике вызывает некоторые противоречия. При этом предприниматели, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, и некоммерческие организации остаются без аналогичной защиты. Это, в свою очередь, приводит к использованию некоммерческими организациями и индивидуальными предпринимателями различительных знаков для кражи клиентской базы. Фирменное наименование содержит в себе указание на организационно-правовую форму и наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности [4]. Наименование некоммерческой организации должно содержать указание на характер ее деятельности и организационно-правовую форму. Смешение данных понятий приводит к подобного рода нарушениям, в связи с чем данная проблема давно привлекает внимание авторов и требует решения, так как деловая репутация субъектов предпринимательской деятельности является важным фактором работы субъекта, его места на рынке товаров, работ и услуг, а также способствует защите прав потребителей.

Для устранения недобросовестной конкуренции и пресечения незаконного использования фирменного наименования нужно обязать как правообладателей, так и органы исполнительной власти, осуществляющие регистрацию, проверять новизну и сходство до степени смешения таких знаков. Также необходимо создать базу данных со сведениями о всех средствах индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности, предусмотреть санкции за незаконное умышленное использование

чужого средства индивидуализации и его регистрации.

При создании базы данных средств индивидуализации субъектов предпринимательской деятельности нужно издать отдельный нормативно-правовой акт, который будет включать в себя сведения о самой базе данных, органах, осуществляющих учет, регистрацию и контроль за достоверностью вносимых сведений, а также специальные требования для отдельных видов организаций в зависимости от вида их деятельности, в том числе содержащиеся в различных федеральных законах.

В законодательстве предусмотрено много способов защиты прав на фирменное наименование как общих, так и специальных, при этом механизм их реализации на практике сталкивается с проблемами процессуального характера. Из-за схожести общих и специальных способов правообладатель не всегда может выбрать верный способ защиты нарушенного права. Для решения этого вопроса необходимо конкретизировать существующий перечень способов, с помощью которых защищается нарушенное право на фирменное наименование.

Для определения степени смешения и заблуждения относительно того, как лицо индивидуализируется данным обозначением, некоторыми авторами предлагается проводить лингвистическую и психологическую экспертизу, т. е. в качестве доказательства использовать общественное мнение. Особенностями системы защиты прав на фирменное наименование являются неприменение мер фактического характера в связи с тем, что оно нематериально; в основном антимонопольная направленность этих мер, применяемых к правообладателям; а также наличие специальных межотраслевых мер, таких как предъявление органом, осуществляющим регистрацию, иска о понуждении юридического лица к изменению фирменного наименования при его несоответствии требованиям закона и принятие в отношении юридического лица, нарушающего исключительные права, судебного решения о его ликвидации [5].

В области сельского хозяйства в настоящее время применение экономических начал интеллектуальной собственности неэффективно, т. к.

существует сложность использования и приспособления к рыночным отношениям в данной сфере. В связи с этим возникла потребность в исследовании экономической значимости интеллектуальной собственности в сельском хозяйстве. Данная проблема рассматривалась многими учеными, такими как В. Иохин, В. Камышанский, Р. Капилюшников, Е. Суханов и другие [6, 7, 8, 9], но так и не была в достаточной мере разрешена.

Государство по данному вопросу осуществляет поддержку сельскому хозяйству посредством развития сельскохозяйственной науки, предоставления обеспечения научной деятельности, создания соответствующей нормативно-правовой базы, содействует международному сотрудничеству в научной сфере. В итоге можно сказать, что в отношении фирменного наименования еще не разрешены все вопросы правоприменения, нет единой теоретической базы как в нашем законодательстве, так и в международно- правовых актах, ограничен круг субъектов, что оставляет незащищенными других лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

Список литературы

1. Цитович П. П. Очерк основных понятий торгового права. М.: Центр ЮрИнфоР, 2001. 434 с.

2. Шершеневич Г. Ф. Курс торгового права: Т. 1: Введение. Торговые деятели. М., 2003. 515 с.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. Ст. 5496.

5. О государственной политике по вовлечению в хозяйственный оборот результатов научно-технической деятельности и объектов интеллектуальной собственности в сфере науки и технологий: указ Президента Российской Федерации от 22.07.1998 № 863 // Российская газета. 1998. 28 июля.

6. Новоселов А. В. К вопросу о правоспособности сельскохозяйственных ко-

оперативов // Успехи современной науки и образования. 2015. № 5. С. 89–92.

7. Новоселов А. В. О проблемах совершенствования правового статуса сельскохозяйственных кооперативов // Успехи современной науки. 2016. Т.2. № 3. С. 98–100.

8. Попова С. И., Шульга А. К. Средства индивидуализации юридических лиц: вопросы теории и практики // Научный журнал КубГАУ. 2015. № 113. С. 1612–1622.

9. Новоселов А. В. Проблемы правосубъектности сельскохозяйственных кооперативов // Научный журнал КубГАУ. 2016. № 120. С. 1199–1210.