**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**Средства индивидуализации юридического лица как объекта интеллектуального права**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

Введение 3

Глава 1.Правовое регулирование средств индивидуализации юридического лица 5

Глава 2. Объекты средств индивидуализации юридического лица 8

Товарный знак и знак обслуживания 8

Наименование места происхождения товаров 10

Фирменное наименование 12

Глава 3. Субъекты права на средства индивидуализации юридического лица……………………………………………………………………………….15

Субъекты права на товарные знаки 15

Субъекты права на наименование места происхождения товара 16

Субъекты права на фирменное наименование 17

Глава 4. Регистрация права на средства индивидуализации юридического лица……………………………………………………………………………….22

Регистрация товарного знака 22

Регистрация наименования места происхождения товара 26

Регистрация фирменного наименования 28

Заключение 31

Список используемых источников 33

**Введение**

Важное место среди объектов интеллектуальной собственности занимают средства индивидуализации юридического лица, продукции, (работ услуг). Экономическая жизнь современного общества невозможна без их активного участия, поскольку они являются важным средством идентификации производимых товаров или производящих эти товары лиц.

В соответствии с действующим российским законодательством к средствам, индивидуализирующим товары и услуги, отнесены товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров, а к средствам, индивидуализирующим участников гражданского оборота (юридических лиц), - фирменные наименования.

Переход России к частной собственности и рыночной экономике с объективной необходимостью потребовал реформирования в этом же направлении правовой базы тех общественных отношений, которые связаны с охраной и использованием результатов интеллектуальной деятельности. Прежнее российское законодательство, относящееся к рассматриваемой области, характеризовалось рядом негативных моментов. Прежде всего, в России, как и во всем бывшем Советском Союзе, отсутствовали специальные законы об охране интеллектуальной собственности, и правовое регулирование отношений в рассматриваемой сфере обеспечивалось в основном подзаконными актами.

Предусмотренные законодательством санкции, которые были весьма незначительны сами по себе, реализовывались на практике с большими трудностями ввиду сложности и длительности судебной процедуры, отсутствия заинтересованности адвокатов в ведении подобных дел. В результате при массовых нарушениях авторских, изобретательских и патентных прав количество судебных дел данной категории было очень незначительным.

Реформа законодательства, посвященного охране интеллектуальной собственности, началась еще в период существования СССР. В 1991 г. были приняты новые Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик, имевшие в своем составе разделы, посвященные авторскому праву, праву на изобретение и другие результаты творчества, используемые в производстве, Закон СССР «Об изобретениях в СССР», Закон СССР «О промышленных образцах», Закон СССР «О товарных знаках и знаках обслуживания», а также некоторые из развивающих их положения подзаконных актов. Хотя правовое регулирование, обеспечиваемое названными законами и иными правовыми актами, отличалось некоторой непоследовательностью и неполнотой, в целом их принятие знаменовало собой решительный переворот в рассматриваемой сфере.

В России к настоящему времени в основном завершена реформа законодательства об охране интеллектуальной собственности. В 1992—1993 гг. в Российской Федерации принят блок законов по охране интеллектуальной собственности, в том числе Патентный закон РФ от 23 сентября 1992 г., Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23 сентября 1992 г., Закон РФ «О правовой охране программ для электронно-вычислительных машин и баз данных» от 23 сентября 1992 г., Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» от 9 июля 1993 г., Закон РФ «О селекционных достижениях» от 6 августа 1993 г. Положения указанных законов получили развитие в целом ряде подзаконных актов, принятых президентом РФ, правительством РФ, Патентным ведомством РФ и некоторыми другими органами государственного управления. С вступлением в силу 1 января 2008 г. части четвёртой ГК можно считать законодательную базу об охране интеллектуальной собственности полностью завершённой.

Сказанное, разумеется, не следует расценивать как вывод о том, что в рассматриваемой области решены все основные проблемы. Вопросов, которые еще только предстоит решить, более чем достаточно. И главным из них является задача по воплощению в реальную жизнь тех закрепленных российскими законами об охране интеллектуальной собственности предписаний, которые впервые в истории России соответствуют требованиям цивилизованного общества. Не секрет, что именно сейчас, когда принят целый блок отвечающих современным требованиям законов, в нашей стране наблюдается значительный рост числа нарушений авторских и патентных прав[[1]](#footnote-1).

Безусловно, одной из причин такого положения является и слабое знание своих прав авторами, изобретателями, патентообладателями и иными лицами, создающими и использующими объекты интеллектуальной собственности. Новое российское законодательство об охране интеллектуальной собственности, как правило, плохо освоено и юристами, которые обычно избегают браться за ведение довольно сложных дел данной категории.

**Правовое регулирование средств индивидуализации юридического лица.**

Правовая охрана средств индивидуализации осуществляется как международными нормативно-правовыми актами, так и национальным законодательством большинства стран мира. Ряд международных договоров содержит перечни обозначений или указания на объекты интеллектуальной собственности, выполняющие индивидуализирующие функции.

Парижская конвенция к средствам индивидуализации относит товарные знаки, знаки обслуживания, указания происхождения, наименования мест происхождения и фирменные наименования.

В Российской Федерации правовое регулирование средств индивидуализации юридических лиц и выпускаемой продукции или выполняемых услуг осуществлялось до 1 января 2008 года Федеральным Законом «о товарных знаках, знаках обслуживания и наименования места происхождения товара» № 3520-1 от 23 сентября 92(с изм.24.12.2002). Разработка этого документа осуществлялась на основании положений Лиссабонской конвенции об охране наименований мест происхождения товара и их международной регистрации от 31 октября 1958 года. Кроме того, нормативно-правовое регулирование фирменного наименования ранее осуществлялось документами, принятыми еще в Советском Союзе. К ним относятся: "Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик", утвержденные Верховным Советом СССР 31 мая 1991 года N 2211-1, Постановление Центрального исполнительного комитета СССР, Совета народных комиссаров СССР от 22 июня 1927 года "О введении в действие положения о фирме". Но с 1 января 2008 г. правовое регулирование средств индивидуализации юридических лиц будет осуществляться целой главой части четвёртой ГК РФ.

Регулирование некоторых вопросов, касающихся товарных знаков, знаков обслуживания и мест происхождения товаров также осуществляется следующими нормативно правовыми актами:

1.Федеральным законом «о защите конкуренции» от 26 июня 2006г № 135-ФЗ.

Данный закон регулирует отношения, связанные с таким использованием объектов исключительных прав, которое направлено на ограничение конкуренции. Так, в частности, в п. 2 ст. 14 Закона о конкуренции сказано:

"Не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг".

Кроме того, подпунктом 4 пункта 1 статьи 14 Закона о конкуренции установлен запрет на продажу, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг.

2. Федеральным законом от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе".

Законом о рекламе устанавливаются положения о недопустимости недостоверной рекламы, то есть рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара[[2]](#footnote-2).

3. Таможенным кодексом Российской Федерации.

Регулированию деятельности таможенных органов, связанной с защитой прав интеллектуальной собственности, посвящена отдельная глава Таможенного кодекса Российской Федерации[[3]](#footnote-3).

Наделение таможенных органов правом приостанавливать выпуск товаров в связи с обращением правообладателя отвечает нормам международного законодательства. Так в частности, нормы главы 38 Таможенного кодекса Российской Федерации регулирующие вопросы интеллектуальной собственности, соответствуют положениям раздела 4 "Особые требования в отношении пограничных мер" части III "Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности" от 15 апреля 1994 года. Нужно обратить внимание, что Российская Федерация в соглашении ТРИПС не участвует[[4]](#footnote-4).

Кроме указанных законов, важную роль в процессе правового регулирования правоотношений по поводу средств индивидуализации играют Постановления Правительства Российской Федерации и ведомственные акты. Эти документы призваны урегулировать частные вопросы, такие, как регистрация средств индивидуализации, сборы за их регистрацию и использование, передача исключительного права на товарные знаки, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров на товарный знак, признание товарного знака общеизвестным.

К таким правовым актам относятся:

- Постановление Правительства Российской Федерации от 12 августа 1993 года N 793 "Об утверждении положения о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров и положения о регистрационных сборах за официальную регистрацию программ для электронных вычислительных машин, баз данных и топологий интегральных микросхем";

- Постановление Правительства Российской Федерации от 4 июля 2002 года N 494 "О товарных знаках на алкогольную и спиртосодержащую продукцию";

- Постановление Правительства Российской Федерации от 6 августа 1996 года N 943 "Об упорядочении ввоза и реализации на таможенной территории российской федерации алкогольной продукции иностранного производства, маркированной товарными знаками российских изготовителей и другими обозначениями, сопровождающими указанную продукцию";

- Приказ Роспатента от 5 марта 2004 года N 31 "О порядке ведения государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации";

- Приказ Роспатента от 5 марта 2004 года N 32 "О порядке ведения государственного реестра наименований мест происхождения товаров Российской Федерации".

Специальные нормы содержатся в федеральных законах, регламентирующих порядок организации и функционирования отдельных юридических лиц. (Например, статьи 4, 7, 11 Федерального закона от 26 декабря 1995 года N 208-ФЗ "Об акционерных обществах", а также статьи 4, 12 Федеральный закон от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

**Объекты средств индивидуализации юридического лица**

Все объекты средств индивидуализации можно разделить на две большие группы:

Первая группа рассматривает средства индивидуализации товаров, работ, услуг.

К ним относятся:

- товарные знаки;

- знаки обслуживания;

- наименования мест происхождения товаров.

Вторая группа рассматривает средства индивидуализации юридических лиц.

- фирменные наименования.

Далее рассмотрим каждый объект средств индивидуализации поподробнее.

**Товарные знаки и знаки обслуживания.**

Товарный знак и знак обслуживания - обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг) юридических или физических лиц.

Отличие знака обслуживания от товарного знака заключается в том, что он вместо товаров индивидуализирует услуги. Вместе с тем нередки случаи, когда один и тот же знак регистрируется и по классу товаров, и по классу услуг.

Товарным знаком является оригинально оформленное графическое изображение, сочетание цифр, букв или слов и тому подобное, предназначенное отличать товары одних производителей от однородных товаров других производителей. Проще говоря, товарный знак - это символ, который позволяет потребителю безошибочно определить, например, то, кто данный товар произвел.

Знаком обслуживания признается обозначение, способное отличать услуги одних юридических или физических лиц от однородных услуг других юридических или физических лиц. В современных условиях роль сервиса значительно возрастает, поэтому знаки обслуживания приобретают особую актуальность. В связи с этим, все чаще обслуживающие организации: банки, страховые компании, туристические агентства регистрируют в Роспатенте свои фирменные обозначения в качестве знаков обслуживания.

Важно отметить, что товарные знаки и знаки обслуживания приравниваются ГК в правовом режиме (равенство условий и последствий их регистрации), поэтому, рассматривая далее правовой режим товарных знаков и знаков обслуживания, мы будем оперировать понятием "товарный знак".

Товарный знак может размещаться на самих товарах или продукции, на упаковке или сопроводительной документации. Его необходимо отличать от сведений об изготовителе товара или продукции, о качестве и свойствах товара.

Право на товарный знак охраняется законом, а правовая охрана предоставляется на основании его государственной регистрации. На зарегистрированный товарный знак выдается свидетельство, удостоверяющее приоритет товарного знака и исключительное право на него в отношении товаров, указанных в свидетельстве. Выдача свидетельства производится в течение месяца с момента регистрации товарного знака в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации.

Правовая охрана товарного знака возможна только в том случае, если он зарегистрирован. При этом исключительное право владельца на товарный знак определяется в отношении тех товаров и услуг, которые перечислены в свидетельстве на товарный знак.

**Виды товарных знаков.**

В ст.1482 гл.76 ч.IV ГК РФ дается классификация товарных знаков в зависимости от формы их выражения. В соответствии с данной нормой товарные знаки могут быть:

- словесные;

- изобразительные;

- объемные;

- другие обозначения или их комбинации.

Словесные товарные знаки представляют собой оригинальные слова, названия, словосочетания и короткие фразы. Эти слова могут быть как уже существующими, так и придуманными. В качестве словесных товарных знаков могут использоваться астрономические названия, имена героев и исторических личностей, названия рек, морей, озер название природных явлений. Кроме того, словесные товарные знаки могут совпадать с фирменным наименованием юридического лица. В качестве словесного товарного знака могут также регистрироваться имени и фамилии людей[[5]](#footnote-5).

Использование имени и фамилии в товарном знаке может оказать влияние на деловую репутацию и затрагивает личные неимущественные права носителей имени и фамилии, поэтому необходимо получить разрешение на использование имени и фамилии у самих правообладателей или их наследников. Стоит отметить, что словесные товарные знаки хорошо запоминаются, легко различимы, более удобны для рекламы.

Изобразительные товарные знаки могут быть выражены в виде рисунков на различные темы. Это могут быть различные орнаменты, символы комбинации фигур, изображения животных, птиц или стилизованных букв. Сюжетом для рисунков могут служить народные сказки, былины, различные символические мотивы. Особым типом изобразительных товарных знаков являются словесные обозначения, выполненные в оригинальной графической манере (логотипы).

Объемные товарные знаки - это трехмерные (по длине, высоте, ширине) обозначения, изготовленные из различного материала. К объемным товарным знакам относятся флаконы для духов, коробки для сигарет, бутылки для напитков и так далее. Широкое распространение объемный товарный знак получил для обозначения различных марок автомобилей.

Комбинированные товарные знаки содержат в себе одновременно сочетание изобразительных, словесных и объемных элементов. Комбинированный товарный знак может содержать сочетание: рисунка и слова, рисунка и букв, букв и фигур и так далее. Примером комбинированного товарного знака могут быть этикетки. Композиция этикеток обычно содержит в цветовом исполнении изобразительные или словесные элементы.

Перечень видов товарных знаков не является исчерпывающим. Законодательство допускает регистрацию в качестве товарного знака других обозначений. К примеру, в некоторых странах охране подлежат звуковые (музыкальные мелодии, позывные радиостанций, шумовые эффекты), световые (различные световые эффекты), обонятельные обозначения (оригинальный запах товара).

**Наименование мест происхождения товара.**

Помимо товарных знаков и знаков обслуживания ГК регулирует отношения, связанные с правовой охраной и использованием наименований мест происхождения товаров.

Определение наименования места происхождения товара дано в п.1 ст. 1516 ГК:

«Наименованием места происхождения товара, которому предоставляется правовая охрана, является обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. На использование этого наименования может быть признано исключительное право производителей такого товара».

Природные условия включают почвенные, климатические и тому подобные свойства. Под людскими факторами следует понимать культурные традиции характерные для данной местности, а также профессиональные навыки местных мастеров.В связи с тем, что географические названия в силу различных причин могут меняться, в определении наименования места происхождения товара говорится о том, что название географического объекта может быть также и историческим.

В п. 2 ст. 1516 ГК, указывается на обозначения, которые не признаются наименованием места происхождения товара:

« Не признается наименованием места происхождения товара обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее наименование географического объекта, но вошедшее в Российской Федерации во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, не связанное с местом его производства».

Такая ситуация обычно случается тогда, когда использование наименования места происхождения стало настолько масштабным, что практически потеряло связь с географическим названием. Для примера можно привести Жигулевское пиво, производимое во многих регионах Российской Федерации, оно давно уже утратило связь с географическим названием Жигули[[6]](#footnote-6).

Использованием наименования места происхождения товара считается его применение на товаре, упаковке, в рекламе, в проспектах, счетах, бланках и иной документации, связанной с введением товара в хозяйственный оборот. Наименование места происхождения товара охраняется законом, правовая охрана в Российской Федерации возникает на основании его регистрации, которая может быть произведена одним или несколькими юридическими или физическими лицами. Право пользования этим же наименованием места происхождения товара может быть предоставлено любому юридическому или физическому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий теми же основными свойствами.

Регистрация наименования места происхождения товара подтверждается выдачей свидетельства, которое действует до истечения десяти лет, считая со дня подачи заявки на регистрацию наименования места происхождения товара. Срок действия заявки может быть продлен по заявлению обладателя свидетельства.

Использованием наименования места происхождения товара считается применение его на товаре, этикетках, упаковке, в рекламе, проспектах, счетах, бланках и иной документации, связанной с введением товара в гражданский оборот. Обладатель свидетельства не вправе предоставлять лицензии на пользование наименованием места происхождения товара другим лицам.

Лицо, незаконно использующее зарегистрированное наименование места происхождения товара или сходное с таким наименованием обозначение, обязано по требованию обладателя свидетельства, государственного органа, прокурора или общественной организации:

- прекратить его использование, а также возместить причиненные убытки в соответствии с гражданским законодательством;

- опубликовать судебное решение в целях восстановления деловой репутации потерпевшего;

- удалить с контрафактных товаров, этикеток, упаковок незаконно используемое наименование места происхождения товара или сходное с ним до степени смешения обозначение либо уничтожить контрафактные товары, этикетки, упаковки.

**Фирменное наименование.**

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности[[7]](#footnote-7).

Структура фирменного наименования состоит из двух составляющих:

- сведения об организационно-правовой форме юридического лица;

- собственно наименование.

Это положение установлено нормами ГК РФ и специальными законами, регулирующими деятельность коммерческих организаций, а также подтверждено выводами судебно-арбитражной практики. Так в частности, в Постановлении ФАС Московского округа от 9 марта 2004 года по делу N КГ-А40/67-04 сказано:

«Наименование юридического лица состоит из двух частей - собственно наименования, а также указания на организационно-правовую форму юридического лица»[[8]](#footnote-8).

Наряду с полным фирменным наименованием допускается также сокращенная форма наименования в виде логотипа, различных аббревиатур и тому подобного.

Под фирменным наименованием юридическое лицо выступает в коммерческом обороте. В качестве фирменного наименования может быть использовано любое оригинальное слово или словосочетание за исключением некоторых установленных законом ограничений. Так в частности, специальными правовыми актами регулируется использование таких наименований как «Россия», «Российская Федерация», «Москва» и производных от них слов и словосочетаний. В Постановлении Верховного Совета Российской Федерации от 14 февраля 1992 года N 2355-1 «О порядке использования наименований "Россия", "Российская Федерация" и образованных на их основе слов и словосочетаний в названиях организаций и других структур» указано:

«наименования «Россия», «Российская Федерация» и образованных на их основе слов и словосочетаний в названиях государственных и негосударственных предприятий, учреждений, организаций и других структур (за исключением общественных объединений и религиозных объединений) используются только с согласия Правительства Российской Федерации и в соответствии с принятыми законодательными актами Российской Федерации».

Кроме того, подпунктом 57 пункта 1 статьи 333.33 Налогового кодекса Российской Федерации определен размер государственной пошлины, уплачиваемый за право использования наименований «Россия», «Российская Федерация». Ее размер составляет десять тысяч рублей. Указанная государственная пошлина уплачивается при государственной регистрации юридического лица при его создании либо при регистрации соответствующих изменений учредительных документов юридического лица.

В отношении некоторых обозначений, которые могут быть включены в фирменные наименования, тоже существуют определенные правила, устанавливающие порядок и условия их использования. Так, например, слово «банк» и производные от него слова и словосочетания могут использовать в своих фирменных наименованиях только те организации, которым выданы лицензии на осуществление банковской деятельности. Это правило содержится в статье 7 Федерального закона от 2 декабря 1990 года N 395-1 «О банках и банковской деятельности». Также, существуют правила, ограничивающие использование слов «биржа» и «товарная биржа», которые содержится в статье 5 Закона Российской Федерации от 20 февраля 1992 года N 2383-1 «О товарных биржах и биржевой торговле».

В фирменное наименование юридического лица не могут включаться:

1) полные или сокращенные официальные наименования Российской Федерации, иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований;

2) полные или сокращенные официальные наименования федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;

3) полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций;

4) полные или сокращенные наименования общественных объединений;

5) обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали.

Содержание фирменного наименования должно отвечать определенным требованиям[[9]](#footnote-9). Итак, фирменное наименование должно:

1. Обладать различительной способностью.

Фирменное наименование должно быть новым и отличным от других, для того чтобы исключить смешение его правообладателя в хозяйственном обороте с иными коммерческими организациями, осуществляющими аналогичную деятельность. В противном случае фирменное наименование не может выполнять свою основную функцию - средства индивидуализации юридического лица.

При несоблюдении данных положений суд может признать незаконным использование фирменного наименования юридическим лицом[[10]](#footnote-10).

2. Содержать указание на организационно-правовоую форму.

В силу требований п.2 ст.1473 ГК РФ, а также п. 2 ст. 87 ГК РФ, п. 2 ст. 97 ГК РФ, п. 1 ст. 4 Федерального закона от 26 декабря 1995 года N 208-ФЗ "Об акционерных обществах", п. 1 ст. 4 Федерального закона от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" фирменное наименование акционерного общества должно содержать обязательную часть, то есть указание на его организационно-правовую форму и тип (закрытое или открытое), а общества с ограниченной ответственностью - слова "с ограниченной ответственностью" или аббревиатуру ООО.

3. Быть истинным.

То есть название фирмы должно отражать только те сведения, которые соответствуют действительности. Фирменное наименование должно являться правдивой характеристикой деятельности организации и не вводить в заблуждение участников гражданского оборота и потребителей продукции.

4. Быть постоянным.

Это означает, что фирменное наименование должно быть неизменным в течение всего времени пользования им в рамках одной организационно-правовой формы предпринимательства и при переходе предприятия от одного собственника к другому.

Итак, учитывая все сказанное, можно сделать вывод, что в условиях развития рыночной экономики вопросы охраны фирменного наименование приобретают особую актуальность. Фирменное наименование является одним из основных способов индивидуализации юридического лица. Однако недостаточный уровень его правового регулирования порождает затруднения при практическом применении данного объекта интеллектуальной собственности.

# Субъекты права на средства индивидуализации

# Субъекты права на товарные знаки

Согласно ст.1478 ГК РФ:

«Обладателем исключительного права на товарный знак (правообладателем) может быть юридическое лицо или индивидуальный предприниматель»

Таким образом, среди субъектов прав на товарные знаки и знаки обслуживания законодатель выделяет две их категории:

- юридические лица;

- индивидуальные предприниматели.

Среди юридических лиц, занимающихся производством товаров, выполнением работ и оказанием услуг, чья продукция требует индивидуализации для целей ее успешной реализации на рынке, необходимо отметить коммерческие организации, которые могут создаваться в форме хозяйственных товариществ (полное товарищество, товарищество на вере) и обществ (акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью), производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий. В качестве основной цели своей деятельности коммерческие организации преследуют цель - извлечение прибыли.

Правом на товарные знаки и знаки обслуживания могут обладать и юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями, то есть организациями, не имеющими извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Некоммерческие организации создаются в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений), финансируемых собственником учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законом, например государственной корпорации, некоммерческого партнерства, автономной некоммерческой организации.

Не являются субъектами прав на товарные знаки и знаки обслуживания филиалы и представительства юридических лиц, а равно их обособленные подразделения.

Физические лица могут быть обладателями исключительного права на товарный знак при условии их регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей, которая подтверждается соответствующим документом (свидетельством). В Российской Федерации в качестве индивидуальных предпринимателей могут быть зарегистрированы граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства. При этом иностранные граждане и лица без гражданства наделяются в Российской Федерации гражданской правоспособностью наравне с российскими гражданами, кроме случаев, установленных законом.

В случае прекращения предпринимательской деятельности физического лица - обладателя права на товарный знак правовая охрана такого товарного знака прекращается на основании решения федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности[[11]](#footnote-11).

Правообладатель имеет право использовать товарный знак и запрещать его использование другими лицами. Без разрешения правообладателя использовать товарный знак запрещено. Исключительное право на товарный знак в отношении всех или части товаров, для которых он зарегистрирован, может быть передано правообладателем другому юридическому лицу или физическому лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность, по договору о передаче исключительного права на товарный знак (договору об уступке товарного знака). Уступка товарного знака не допускается, если она может явиться причиной введения в заблуждение потребителя относительно товара или его изготовителя.

# Субъекты права на наименование места происхождения товара

Согласно п.1 ст.1518 ГК РФ наименование места происхождения товара может быть зарегистрировано одним или несколькими гражданами либо юридическими лицами. Следовательно, субъектами права на наименование места происхождения являются физические и юридические лица. При этом право пользования наименованием места происхождения товара получают лица, осуществляющие хозяйственную деятельность в конкретном географическом объекте, при условии, что особые свойства производимых ими товаров обусловливаются природными условиями или людскими факторами данного географического объекта.

Особенностью положений, касающихся субъектов права на наименование места происхождения товара, является возможность получения правовой охраны на основе одной заявки одновременно несколькими юридическими и физическими лицами. Право пользования этим же наименованием места происхождения товара может быть предоставлено любому другому юридическому или физическому лицу, которое в границах того же географического объекта производит товар, обладающий такими же основными свойствами[[12]](#footnote-12). Для этого любое другое лицо, может подать заявку на получение свидетельства на уже зарегистрированное или ранее заявленное наименование места происхождения товара.

Если на наименование места происхождения товара будет выдано более одного свидетельства, то каждый обладатель свидетельства будет иметь исключительное право на его использование. Права всех этих субъектов будут одинаковыми. Наличия статуса коммерческой организации или индивидуального предпринимателя от указанных лиц не требуется. Вместе с тем, очевидно, что исходя из определения наименования места происхождения товара, субъект права на него должен заниматься производством товара (изготовлением изделий).

# Субъекты права на фирменное наименование

Субъектом права на фирменное наименование согласно ст. 54 ГК РФ являются юридические лица, осуществляющие коммерческую деятельность. Фирменным наименованием могут обладать только юридические лица, а средством индивидуализации индивидуального предпринимателя будет являться его фамилия, имя и отчество.

Анализ статей ГК РФ позволяет отнести к субъектам права на фирменные наименования, следующие юридические лица, являющиеся коммерческими организациями:

- Полное товарищество;

- Товарищества на вере;

- Общество с ограниченной ответственностью;

- Общество с дополнительной ответственностью;

- Акционерное общество;

- Производственный кооператив;

- Государственное и муниципальное унитарное предприятие.

Полное товарищество.

Согласно п. 3 ст. 69 ГК РФ фирменное наименование полного товарищества должно содержать либо имена (наименования) всех его участников и слова "полное товарищество", либо имя (наименование) одного или нескольких участников с добавлением слов "и компания" и слова "полное товарищество. Как следует из приведенного положения, в фирменном наименовании полного товарищества не требуется обозначать вид его деятельности, но указание на организационно-правовую форму должно быть приведено обязательно, что отвечает интересам лиц, вступающих в отношения с товариществом.

**Товарищество на вере.**

В соответствии с пунктом 4 статьи 82 ГК РФ фирменное наименование товарищества на вере должно содержать либо имена (наименования) всех полных товарищей и слова "товарищество на вере" или "коммандитное товарищество", либо имя (наименование) не менее чем одного полного товарища с добавлением слов "и компания" и слова "товарищество на вере" или "коммандитное товарищество". В наименовании товарищества на вере указываются только имена полных товарищей, так как они наделены правом, действовать от имени организации. Не указываются в наименовании товарищества на вере имена вкладчиков. В случае если имя вкладчика включено в наименование товарищества, то такой вкладчик автоматически становится полным товарищем.

Субъектом права на фирменное наименование может быть общество с ограниченной ответственностью. Фирменное наименование такого общества должно содержать название общества и слова "с ограниченной ответственностью". Это следует из содержания пункта 2 статьи 87 ГК РФ.

Кроме ГК РФ, положения о фирменном наименовании Обществ с ограниченной ответственностью содержатся в Федеральном законе от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью". Этот Закон развивает и конкретизирует нормы ГК РФ, относящиеся к фирменному наименованию общества. Фирменному наименованию общества посвящены статьи 2, 4, 12 Федерального закона от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью". П. 1 ст. 4 Федерального закона от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" и содержит указание на обязанность общества иметь фирменное наименование. Причем норма данного закона подробнее, чем ГК РФ регламентирует эту обязанность, а также сопровождает ее корреспондирующимся правом: общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Из приведенной формулировки следует, что фирменное наименование для общества с ограниченной ответственностью обязательно. А вот наличие сокращенного наименования зависит от желания юридического лица. И полное, и сокращенное фирменные наименования общества с ограниченной ответственностью должны быть на русском языке, использование других языков является факультативным.

В п. 1 ст. 4 Федерального закона от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью" установлены обязательные требования к содержанию полного и сокращенного фирменного наименования:

"Полное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное наименование общества и слова "с ограниченной ответственностью". Сокращенное фирменное наименование общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова "с ограниченной ответственностью" или аббревиатуру ООО".

**Общество с дополнительной ответственностью.**

Положения, касающиеся фирменного наименования общества с дополнительной ответственностью, ничем принципиально не отличаются от аналогичных вопросов, возникающих в связи с фирменным наименованием общества с ограниченной ответственностью.

Согласно п. 2 ст. 95 ГК РФ фирменное наименование должно содержать наименование общества и слова "с дополнительной ответственностью. Также как общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью обязано иметь полное фирменное наименование, и может иметь сокращенное фирменное наименование.

**Акционерное общество.**

В отношении акционерных обществ как субъектов права на фирменное наименование ГК РФ содержит следующее указание фирменное наименование: акционерного общества должно содержать его наименование и указание на то, что общество является акционерным[[13]](#footnote-13). Положения ГК РФ, касающиеся, фирменного наименования акционерных обществ развивает Федеральный закон от 26 декабря 1995 года N 208-ФЗ "Об акционерных обществах". П. 1 ст. 4 данного закона устанавливает, что общество должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Общество вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Полное фирменное наименование акционерного общества на русском языке должно содержать полное наименование общества и указание на его тип (закрытое или открытое). Сокращенное фирменное наименование акционерного общества на русском языке должно содержать полное или сокращенное наименование общества и слова "закрытое акционерное общество" или "открытое акционерное общество" либо аббревиатуру "ЗАО" или "ОАО". Фирменное наименование акционерного общества на русском языке не может содержать иные термины и аббревиатуры, отражающие его организационно-правовую форму, в том числе заимствованные из иностранных языков, если иное не предусмотрено федеральными законами и иными правовыми актами Российской Федерации.

**Производственный кооператив.**

Фирменное наименование кооператива состоит из указания на организационно-правовую форму - производственный кооператив или артель и оригинального названия. Это положение содержится в п. 3 ст. 107 ГК РФ и п. 1 ст. 5 Федерального закона от 8 мая 1996 года N 41-ФЗ "О производственных кооперативах". Фирменное наименование сельскохозяйственного производственного кооператива должно содержать указание на его разновидность - артель (колхоз) или и сферу деятельности ("сельскохозяйственная артель", "рыболовецкий колхоз") и оригинальное название[[14]](#footnote-14).

В соответствии со ст. 45 Федерального закона от 8 декабря 1995 года N 193-ФЗ "О сельскохозяйственной кооперации", запрещается использование словосочетания "сельскохозяйственный кооператив" как части наименования, если юридическое лицо не отвечает признакам сельскохозяйственного кооператива, предусмотренным Законом о сельскохозяйственной кооперации.

Деятельность, которую ведет производственный кооператив, может быть и не связанной с производством. Целью создания производственного кооператива может быть наряду с производственной и любая иная хозяйственная деятельность: сбыт промышленной продукции, торговля, строительство, бытовое и иные виды обслуживания, проведение научно-исследовательских и конструкторских работ, оказание медицинских, правовых, маркетинговых и других, не запрещенных законом видов услуг.

**Государственные и муниципальные унитарные предприятия.**

Фирменное наименование унитарных предприятий должно содержать указание на собственника имущества предприятия. В случаях, предусмотренных законом, унитарные предприятия в своем фирменном наименовании должны указывать также характер своей деятельности. Положения, касающиеся фирменного наименования унитарного предприятия, содержатся в п. 3 ст. 113 ГК РФ и в ст. 4 Федерального закона от 14 ноября 2002 года N 161-ФЗ "О государственных и муниципальных унитарных предприятиях". Статьей 4 данного закона установлено, что унитарное предприятие должно иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. В данной статье содержатся требования к полному фирменному наименованию унитарного предприятия:

"Полное фирменное наименование государственного или муниципального предприятия на русском языке должно содержать слова "федеральное государственное предприятие", "государственное предприятие" или "муниципальное предприятие" и указание на собственника его имущества - Российскую Федерацию, субъект Российской Федерации или муниципальное образование.

Полное фирменное наименование казенного предприятия на русском языке должно содержать слова "федеральное казенное предприятие", "казенное предприятие" или "муниципальное казенное предприятие" и указание на собственника его имущества - Российскую Федерацию, субъект Российской Федерации или муниципальное образование".

Наличие данных о фирменных наименованиях всех юридических лиц, которые при этом упорядочены и сосредоточены в одном или нескольких информационных центрах, что уже само по себе представляет немалую ценность, ибо позволяет облегчить решение целого ряда вопросов, связанных, например, с выбором названий создаваемых предприятий, проверкой новизны заявленных для регистрации товарных знаков во многом облегчает юридическим лицам проблему доказывания того, что они являются первыми пользователями данных объектов промышленной собственности, а значит, и их законными правообладателями.

Товарные знаки следует отличать от фирменного наименования. Трудности их разграничения возникают обычно тогда, когда имеет место частичное совпадение отдельных элементов фирменного наименования и товарного знака одного и того же или разных пользователей. В отличие от фирменного наименования товарный знак может существовать не только в словесной, но и в иной форме, в частности изобразительной, комбинированной и т.д. Кроме того, он подлежит государственной регистрации, носит срочный характер и может быть передан по договору иным пользователям.

# Регистрация прав на средства индивидуализации

**Регистрация товарного знака**

Товарный знак становится объектом правовой охраны с момента его государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. Таким органом является Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент). Структурным подразделением Роспатента, которое принимает заявки на выдачу патента, является Федеральный институт промышленной собственности.

Общие правила регистрации товарных знаков содержатся в пар.3 гл.76 ч.IV ГК РФ, а подробнее регламентация порядка оформления прав на товарный знак установлена в "Правилах составления, подачи и рассмотрения заявок на регистрацию товарного знака и знака обслуживания", утвержденных Приказом Роспатента от 5 марта 2003 года N 32. В соответствии со ст. 1492 ГК, для государственной регистрации товарного знака необходимо подать заявку.

Как уже было сказано правом на подачу заявки обладают юридические лица и физические лица, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. В ст. 1492 ГК сказано, что ведение дел с федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности может осуществляться заявителем, правообладателем либо через патентного заверителя.

Заявка на регистрацию товарного знака подается заявителем, когда такая регистрация осуществляется впервые. Если право на товарный знак уже возникло и необходимо его подтвердить, то заявка на продление срока действия патента подается правообладателем. Заявка на регистрацию товарного знака может быть подана любым заинтересованным лицом. Очевидно, здесь имеются в виду правопреемники первых двух лиц, то есть заявителя и правообладателя. Указанная заявка может быть подана самостоятельно или с помощью патентных поверенных.

В соответствии с п.2 ст. 1492 ГК заявка на регистрацию подается только на один товарный знак. На практике иногда возникает вопрос о возможности регистрации нескольких вариантов обозначения в рамках одной заявки. Однако такой возможности законодательство не предоставляет; поэтому каждый вариант обозначения должен оформляться как отдельная заявка.

К заявке на регистрацию товарного знака необходимо преложить документы, перечень которых установлен ст.1492 ГК. Итак, заявка должна содержать:

1) заявление о государственной регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, его места жительства или места нахождения;

2) заявляемое обозначение;

3) перечень товаров, в отношении которых испрашивается государственная регистрация товарного знака и которые сгруппированы по классам Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков;

4) описание заявляемого обозначения.

К заявке на товарный знак должны быть приложены:

1) документ, подтверждающий уплату пошлины за подачу заявки в установленном размере;

2) устав коллективного знака, если заявка подается на коллективный знак[[15]](#footnote-15).

Под документами, подтверждающими уплату патентной пошлины, понимаются платежные поручения, квитанции к приходным кассовым ордерам и другие платежные документы, на которых должно быть указано назначение платежа.

Регулирование вопросов, касающихся уплаты пошлины за регистрацию товарных знаков, осуществляется "Положением о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров", утвержденным Постановлением Правительства Российской Федерации от 12 августа 1993 года N 793 "Об утверждении положения о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров и положения о регистрационных сборах за официальную регистрацию программ для электронных вычислительных машин, баз данных и топологий интегральных микросхем".

Заявка о регистрации товарного знака всегда составляется на русском языке. Если эти документы представлены на другом языке, к заявке прилагается их перевод на русский язык. Перевод на русский язык может быть представлен заявителем в течение двух месяцев со дня направления ему федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности уведомления о необходимости выполнения данного требования[[16]](#footnote-16).Она должна быть подписана заявителем, а если подается через патентного поверенного, то также и патентным поверенным.

Датой подачи заявки на товарный знак считается день поступления в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности документов, предусмотренных подп. 1 - 3 п. 3 ст.1492,а если указанные документы представлены не одновременно, - день поступления последнего документа.

По поступившей заявке проводится экспертиза на предмет установления возможности регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака. Экспертиза заявки на товарный знак осуществляется Федеральным институтом промышленной собственности. При проведении экспертизы осуществляется проверка содержания заявки, наличия необходимых документов и их соответствия установленным требованиям, исследуется охраноспособность заявленного обозначения, проводится поиск тождественных и сходных обозначений.

По результатам экспертизы принимается решение либо о регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака, либо об отказе в регистрации. В случае если по результатам экспертизы принято положительное решение, то проводится регистрация товарного знака в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации. С этого момента товарному знаку предоставляется правовая охрана. Заявителю выдается специальный охранный документ - свидетельство на товарный знак, которое подтверждает исключительное право лица на товарный знак. Срок действия регистрации товарного знака составляет 10 лет.

**Основания для отказа в регистрации товарного знака.**

Часть IV ГК РФ установила абсолютные и иные основания для отказа в регистрации товарного знака. В ст.1483 и ст. 1499 ГК РФ установлены абсолютные основания для отказа в регистрации товарного знака. Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с:

1) товарными знаками других лиц, заявленными на регистрацию в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет, если заявка на государственную регистрацию товарного знака не отозвана или не признана отозванной;

2) товарными знаками других лиц, охраняемыми в Российской Федерации, в том числе в соответствии с международным договором Российской Федерации, в отношении однородных товаров и имеющими более ранний приоритет;

3) товарными знаками других лиц, признанными в установленном настоящим Кодексом порядке общеизвестными в Российской Федерации товарными знаками, в отношении однородных товаров.

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении любых товаров обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с наименованием места происхождения товаров, охраняемым в соответствии с настоящим Кодексом, за исключением случая, когда такое обозначение включено как неохраняемый элемент в товарный знак, регистрируемый на имя лица, имеющего исключительное право на такое наименование, если регистрация товарного знака осуществляется в отношении тех же товаров, для индивидуализации которых зарегистрировано наименование места происхождения товара. Также не могут быть в отношении однородных товаров зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные или сходные до степени смешения с охраняемым в Российской Федерации фирменным наименованием или коммерческим обозначением (отдельными элементами таких наименования или обозначения) либо с наименованием селекционного достижения, зарегистрированного в Государственном реестре охраняемых селекционных достижений, права на которые в Российской Федерации возникли у иных лиц ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

Не могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков обозначения, тождественные:

1) названию известного в Российской Федерации на дату подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака (статья 1492) произведения науки, литературы или искусства, персонажу или цитате из такого произведения, произведению искусства или его фрагменту, без согласия правообладателя, если права на соответствующее произведение возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака;

2) имени, псевдониму (п. 1 ст. 1265) или производному от них обозначению, портрету или факсимиле известного в Российской Федерации на дату подачи заявки лица, без согласия этого лица или его наследника;

3) промышленному образцу, знаку соответствия, доменному имени, права на которые возникли ранее даты приоритета регистрируемого товарного знака.

По основаниям, предусмотренным в ст. 1483, правовая охрана также не предоставляется обозначениям, признаваемым товарными знаками в соответствии с международными договорами Российской Федерации.

Также решение о государственной регистрации товарного знака может быть пересмотрено федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности до регистрации товарного знака в связи с:

1) поступлением заявки, имеющей более ранний приоритет в соответствии со статьями 1494, 1495 и 1496 ГК, на тождественное или сходное с ним до степени смешения обозначение в отношении однородных товаров;

2) государственной регистрацией в качестве наименования места происхождения товара обозначения, тождественного или сходного до степени смешения с товарным знаком, указанным в решении о регистрации;

3) выявлением заявки, содержащей тождественный товарный знак, либо выявлением охраняемого тождественного товарного знака в отношении совпадающих полностью или частично перечней товаров с тем же или более ранним приоритетом товарного знака;

4) изменением заявителя, которое в случае государственной регистрации заявленного обозначения в качестве товарного знака может привести к введению потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Заявитель, несогласный с решением, принятым по результатам экспертизы заявки на регистрацию товарного знака вправе подать возражение в Палату по патентным спорам в течение трех месяцев с даты получения соответствующего решения.

# 

# Регистрация наименования места происхождения товара

Процедура регистрации наименования места происхождения товара во многом схожа с регистрацией товарного знака, поэтому в этом параграфе мы остановимся только на тех особенностях, которыми отличаются друг от друга указанные процедуры регистрации.

Итак, порядок регистрации наименования места происхождения товара регламентирован параг.3 гл.76 ч.IV ГК РФ и специальными "Правилами составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара, и заявки на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара", утвержденными приказом Роспатента от 25 февраля 2003 года N 24 "О правилах составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара и заявки на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара".

Регистрация наименования места происхождения товара не дает исключительных прав. Право пользования этим же наименованием места происхождения товара, зарегистрированным в установленном порядке, может быть предоставлено любому физическому или юридическому лицу, находящемуся в том же географическом объекте и производящему товар с теми же свойствами. Именно этим отличаются правомочия владельцев исключительных прав на товарные знаки, знаки обслуживания и фирменные наименования от правомочий пользователей наименованием места происхождения товара.

Регистрация наименования места происхождения товара осуществляется на основании заявки, которая подается в Роспатент. Заявка может подаваться физическим или юридическим лицом (несколькими лицами) самостоятельно или с помощью патентного поверенного.

В соответствии с п. 2 ст.1522 ГК РФ, заявка должна относиться к одному наименованию места происхождения товара.

Заявка на наименование места происхождения товара должна содержать:

1) заявление о государственной регистрации наименования места происхождения товара и о предоставлении исключительного права на такое наименование или только о предоставлении исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара с указанием заявителя, а также его места жительства или места нахождения;

2) заявляемое обозначение;

3) указание товара, в отношении которого испрашиваются государственная регистрация наименования места происхождения товара и предоставление исключительного права на такое наименование или только предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара;

4) указание места происхождения (производства) товара (границ географического объекта), природные условия и (или) людские факторы которого исключительно или главным образом определяют или могут определять особые свойства товара;

5) описание особых свойств товара.

Экспертиза заявки осуществляется Федеральным институтом по интеллектуальной собственности и включает формальную экспертизу и экспертизу заявленного обозначения. В период проведения экспертизы заявки на наименование места происхождения товара заявитель вправе до принятия по ней решения дополнять, уточнять или исправлять материалы заявки. Если дополнительные материалы изменяют заявку по существу, эти материалы не принимаются к рассмотрению и могут быть оформлены заявителем в качестве самостоятельной заявки.

По результатам проверки представленных документов принимается решение о регистрации или об отказе в регистрации наименования места происхождения товара и предоставлении права пользования им.

При отказе в регистрации наименования места происхождения товара, в случае несогласия заявителя, он может подать возражение в Палату по патентным спорам в течение трех месяцев с даты получения соответствующего решения.

В случае положительного решения, Роспатент производит регистрацию путем внесения соответствующих сведений в Государственный реестр наименований мест происхождения товаров Российской Федерации. В Государственный реестр наименований вносятся наименование места происхождения товара, сведения об обладателе свидетельства об исключительном праве на наименование места происхождения товара, указание и описание особых свойств товара, для индивидуализации которого зарегистрировано наименование места происхождения товара, другие сведения, относящиеся к государственной регистрации и предоставлению исключительного права на наименование места происхождения товара, продлению срока действия свидетельства, а также последующие изменения этих сведений[[17]](#footnote-17).

Предоставление права пользования наименованием места происхождения товара удостоверяется свидетельством.

Сама регистрация наименования места происхождения товара действует бессрочно, то есть, все то время, пока товару присущи особые свойства, определяемые географической средой конкретного географического объекта. А вот свидетельство на право пользования наименованием места происхождения товара действует в течение десяти лет считая с даты подачи заявки в Роспатент. Этот срок может быть продлен в течение последнего года действия свидетельства каждый раз на следующие десять лет. Принципиальное различие между продлением срока действия регистрации товарного знака и срока действия свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара состоит в том, что в отношении последнего объекта такое продление не является механическим.

В частности, чтобы продлить свидетельство на наименование места происхождения товара, которое обозначает географический объект, находящийся на территории Российской Федерации, необходимо заключение компетентного органа о том, что владелец свидетельства продолжает производить в границах соответствующего географического объекта товар, обладающий указанными в Государственном реестре наименований мест происхождения товаров свойствами. В отношении наименования места происхождения товара, являющегося наименованием географического объекта, находящегося за пределами Российской Федерации, вместо указанного заключения обладатель свидетельства представляет документ, подтверждающий его право на пользование наименованием места происхождения товара в стране происхождения товара на дату подачи заявления о продлении срока действия свидетельства. Запись о продлении срока действия свидетельства вносится Роспатентом в государственный реестр наименований происхождения товаров и непосредственно в само свидетельство.

# Регистрация фирменного наименования

Вопрос о том, с какого момента у юридического лица возникает право на фирменное наименование, представляет известную сложность и в настоящее время в российском гражданском законодательстве в окончательном виде еще не решен.

В соответствии с п.4 ст. 54 ГК РФ порядок регистрации фирменных наименований определяется законом и иными правовыми актами в соответствии с ГК РФ. В части четвёртой ГК РФ определённая чёткая процедуры регистрации фирменного наименования не установлена.

Согласно п.5 ст.1473 фирменное наименование юридического лица, не соответствующее требованиям п. 3 или 4 ст.1473, орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц, вправе предъявить такому юридическому лицу иск о понуждении к изменению фирменного наименования.

Не допускается использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица 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.

Юридическое лицо, нарушившее правила пункта 3 ст.1474, обязано по требованию правообладателя прекратить использование фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию правообладателя или сходного с ним до степени смешения, в отношении видов деятельности, аналогичных видам деятельности, осуществляемым правообладателем, и возместить правообладателю причиненные убытки.

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

Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки.

Процедура регистрации фирменного наименования заключается лишь во внесении его в Единый государственный реестр юридических лиц наряду с другими данными, необходимыми для государственной регистрации юридического лица. Порядок регистрации юридических лиц определен Федеральным законом от 8 августа 2001 года N 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей".

Итак, законодательство Российской Федерации считает, что правовая охрана фирменного наименования осуществляется только после его регистрации в установленном порядке. Однако Российская Федерация является участницей Парижской конвенции, в которой закреплена иная позиция по данному вопросу.

В статье 8 Парижской конвенции установлено:

"Фирменное наименование охраняется во всех странах Союза без обязательной подачи заявки или регистрации и независимо от того, является ли оно частью товарного знака".

Данное установление в силу статьи 15 Конституции Российской Федерации обязательно для Российской Федерации. Поэтому, правовая охрана фирменного наименования должна осуществляться без его регистрации. В связи с этим, исключительное право на фирменное наименование у юридического лица, возникает, не зависимо от факта его регистрации. Тем не менее, внесение в Государственный реестр фирменного наименования поможет юридическому лицу при возникновении спора доказать приоритет права на фирменное наименование, используя при этом дату регистрации самого юридического лица как дату регистрации фирменного наименования[[18]](#footnote-18).

Таким образом, завершая рассмотрение вопроса о моменте возникновения у юридических лиц прав на фирменные наименования и значении их государственной регистрации, еще раз подчеркнем главное. По нашему убеждению, право на фирму возникает у юридического лица с того момента, когда начинается ее фактическое использование, т.е. когда юридическое лицо в установленном порядке зарегистрировано в качестве субъекта предпринимательской деятельности. Особая регистрация фирменных наименований необходима, более того, она должна носить обязательный характер, но при этом не иметь правоустанавливающего значения. Регистрация фирменных наименований может осуществляться как на общегосударственном, так и на региональном уровне в зависимости от того, какой из вариантов более экономичен и подкреплен в техническом отношении.

**Заключение**

Сущность права на фирму заключается в гарантированной юридическому лицу возможности выступать в гражданском обороте под собственным фирменным наименованием. Предоставлением такой возможности обеспечивается охраняемый законом интерес участника оборота в должной индивидуализации его деятельности на рынке товаров, работ и услуг.

Приобретая и осуществляя права и обязанности под своим фирменным наименованием, юридическое лицо реализует возможность на индивидуализацию своего участия в обороте.

В настоящее время в России существуют сотни предприятий, имеющих полностью совпадающие фирменные наименования. Подавляющее большинство из них, действуя в различных сферах бизнеса и на резных территориях, никогда друг о друге даже не слышали. Если исходить из того, что такое положение недопустимо и право на конкретное фирменное наименование может иметь только одно юридическое лицо, надлежит решить, как выйти из этой ситуации.

В реальной жизни её невозможно решить хотя бы в силу элементарной ограниченности круга тех специальных наименований, которые входят в охраняемую законом фирму, и огромного числа предпринимателей. Едва ли в подобном запрете существует и практическая необходимость, поскольку подавляющее большинство одноименных предприятий действует в совершенно различных сферах бизнеса и территориальных границах, что не создает большой опасности их смешения другими участниками оборота и потребителями.

Сказанное, однако, не следует понимать как отрицание у права на фирму свойства исключительности. Любой фирмообладатель действительно может добиваться того, чтобы используемая им фирма не применялась другими лицами. Но для этого он должен доказать по крайней мере две вещи. Во-первых, он должен подтвердить, что право на данное фирменное наименование он приобрел в установленном порядке раньше того лица, у которого он это право оспаривает. Во-вторых, ему следует, аргументировано обосновать, почему использование той же фирмы другим лицом нарушает его законные интересы. В качестве конкретных доказательств последнего он может, например, ссыпаться на то, что ответчик своей деятельностью наносит вред его деловой репутации либо незаслуженно пользуется его известностью, что это вводит в заблуждение потребителей и контрагентов, приводит к ошибкам при проведении хозяйственных операций и т.п. Далее, право на фирму относится к числу абсолютных прав, т.е. таких прав, которые действуют в отношении всех третьих лиц, обязанных воздерживаться от нарушения правомочий, предоставленных их владельцам.

Право на фирму обычно характеризуется в литературе как личное неимущественное право, с чем следует в целом согласиться. Действительно, данное право органически связано с деловой репутацией юридического лица, а также правом на защиту чести и достоинства лиц, владеющих предприятием. Однако столь же очевидна связь и даже зависимость материального положения предпринимателя от известности его фирмы и отношения к ней контрагентов и потребителей. Поэтому фирменное наименование нередко получает достаточно конкретную стоимостную оценку в составе нематериальных активов предприятия, а нарушение права на него может повлечь за собой возмещение причиненных убытков.

**Список используемых источников**

**Нормативно-правовые акты**

1. Боденхаузен Г. Парижская конвенция по охране промышленной собственно­сти: Комментарий. М., 1977;
2. Лиссабонская конвенция об охране наименований мест происхождения товара и их международной регистрации от 31 октября 1958 года;
3. Гражданский кодекс часть первая, вторая, третья от 30 ноября 1994г. № 51-ФЗ;
4. Гражданский кодекс часть четвёртая от 18 декабря 2006г. № 230-ФЗ;
5. Федеральный закон « о введение в действие части четвёртой Гражданского кодекса Российской Федерации» от 18 декабря 2006г. № 231-ФЗ;
6. Федеральный закон «о защите конкуренции» от 26 июня 2006г № 135-ФЗ;
7. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ;
8. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 года N 395-1;
9. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26 декабря 1995 года N 208-ФЗ;
10. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 года N 14-ФЗ;
11. Федеральный закон «О производственных кооперативах» от 8 мая 1996 года N 41-ФЗ;
12. Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации» от 8 декабря 1995 года N 193-ФЗ;
13. Федеральный закон «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» от 14 ноября 2002 года N 161-ФЗ;
14. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 8 августа 2001 года N 129-ФЗ;
15. Закон Российской Федерации «О товарных биржах и биржевой торговле» от 20 февраля 1992 года N 2383-1;
16. Постановление Верховного Совета Российской Федерации «о правилах составления, подачи и рассмотрения заявок на регистрацию товарного знака и знака обслуживания", утвержденных Приказом Роспатента от 5 марта 2003 года N 32;
17. Постановление Верховного Совета Российской Федерации от 14 февраля 1992 года N 2355-1 «О порядке использования наименований "Россия", "Российская Федерация" и образованных на их основе слов и словосочетаний в названиях организаций и других структур»;
18. Постановление Правительства Российской Федерации от 12 августа 1993 года N 793 "Об утверждении положения о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров и положения о регистрационных сборах за официальную регистрацию программ для электронных вычислительных машин, баз данных и топологий интегральных микросхем";
19. Постановление Правительства Российской Федерации от 4 июля 2002 года N 494 "О товарных знаках на алкогольную и спиртосодержащую продукцию";
20. Постановление Правительства Российской Федерации от 6 августа 1996 года N 943 "Об упорядочении ввоза и реализации на таможенной территории российской федерации алкогольной продукции иностранного производства, маркированной товарными знаками российских изготовителей и другими обозначениями, сопровождающими указанную продукцию";
21. Постановление Правительства Российской Федерации от 12 августа 1993 года N 793 "Об утверждении положения о пошлинах за патентование изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, регистрацию товарных знаков, знаков обслуживания, наименований мест происхождения товаров, предоставление права пользования наименованиями мест происхождения товаров и положения о регистрационных сборах за официальную регистрацию программ для электронных вычислительных машин, баз данных и топологий интегральных микросхем";
22. Постановлении ФАС Московского округа от 9 марта 2004 года по делу N КГ-А40/67-04;
23. Приказ Роспатента от 5 марта 2004 года N 31 "О порядке ведения государственного реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации";
24. Приказ Роспатента от 5 марта 2004 года N 32 "О порядке ведения государственного реестра наименований мест происхождения товаров Российской Федерации";
25. Порядок включения объектов интеллектуальной собственности в состав нематериальных активов, утв. Роспатентом и Министерством науки и технической политики 13 марта 1995 г. // Патенты и лицензии. 1995.

**Юридическая литература:**

1. Адуев А.И., Белогорская Е.М. Товарный знак и его правовое значение. М., 1972. Прахов Б.Г., Зенкин Н.М. Справочное пособие по изобретательству, рационализации и патентному делу. Киев. 1980;

Волчинский В.К. Понятие и содержание фирменного наименования // Вестник МГУ. Серия XII. Право. 1973. № 1;

1. Карелина М. М. "Интеллектуальная собственность" в России;
2. Медведев Д.А. Право на фирму в условиях рыночной экономики // Осуществление и защита имущественных прав граждан и организа­ций в условиях формирования социалистического правового государства. Уфа. 1991;

Сергеев В.М. О правовой охране знаков обслуживания // Вопросы изобретательства. 1987;

Сергеев В.М. Товарный знак как средство рекламы;

1. Сергеев В.М. Фирменное наименование как объект правовой охраны // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. Л„ 1978;
2. Шретер В. Советское хозяйственное право. М.-Л., 1928.

1. Карелина М. М. "Интеллектуальная собственность" в России [↑](#footnote-ref-1)
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" [↑](#footnote-ref-2)
3. глава 38 ТК РФ "Меры, принимаемые таможенными органами в отношении отдельных товаров" Таможенного кодекса Российской Федерации [↑](#footnote-ref-3)
4. Шретер В. Советское хозяйственное право. М.-Л., 1928. С. 196; Волчинский В.К. Понятие и содержание фирменного наименования // Вестник МГУ. Серия XII. Право. 1973. № 1; Сергеев В.М. Фирменное наименование как объект правовой охраны // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. Л„ 1978. С. 63—68; Медведев ДА. Право на фирму в условиях рыночной экономики // Осуществление и защита имущественных прав граждан и организа­ций в условиях формирования социалистического правового государства. Уфа. 1991. С. 68. [↑](#footnote-ref-4)
5. Адуев А.И., Белогорская Е.М. Товарный знак и его правовое значение. М., 1972. С. 28; Прахов Б.Г., Зенкин Н.М. Справочное пособие по изобретательст­ву, рационализации и патентному делу. Киев. 1980. С. 119; Сергеев В.М. О правовой охране знаков обслуживания // Вопросы изобрета­тельства. 1987. № 12. С. 25. [↑](#footnote-ref-5)
6. Интеллектуальная собственность. Правовое регулирование. Практика. Документы под ред. Семенихина В.В. - Cистема ГАРАНТ, 2006 г. [↑](#footnote-ref-6)
7. п.1,2 ст.1473 гл.76 ч.IV ГК РФ от 18.12.2006 [↑](#footnote-ref-7)
8. Интеллектуальная собственность. Правовое регулирование. Практика. Документы под ред. Семенихина В.В. - Cистема ГАРАНТ, 2006 г. [↑](#footnote-ref-8)
9. Медведев ДА. Право на фирму в условиях рыночной экономики. С. 70—71 [↑](#footnote-ref-9)
10. Порядок включения объектов интеллектуальной собственности в состав нематериальных активов, утв. Роспатентом и Министерством науки и техни­ческой политики 13 марта 1995 г. // Патенты и лицензии. 1995. № 6. С. 124. [↑](#footnote-ref-10)
11. Приказ Роспатента от 3 марта 2003 года N 28 «О правилах принятия решения о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака и знака обслуживания в случае ликвидации юридического лица - обладателя исключительного права на товарный знак или прекращении предпринимательской деятельности физического лица - обладателя исключительного права на товарный знак» [↑](#footnote-ref-11)
12. п.2 ст.1518 гл.76 ч.IV ГК РФ [↑](#footnote-ref-12)
13. п. 2 ст. 96 ГК РФ [↑](#footnote-ref-13)
14. .: Шретер В. Советское хозяйственное право. М.-Л., 1928. С. 196; Волчинский В.К. Понятие и содержание фирменного наименования // Вестник МГУ. Серия XII. Право. 1973. № 1; Сергеев В.М. Фирменное наименование как объект правовой охраны // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. Л„ 1978. С. 63—68; Медведев ДА. Право на фирму в условиях рыночной экономики // Осуществление и защита имущественных прав граждан и организа­ций в условиях формирования социалистического правового государства. Уфа. 1991. С. 68 [↑](#footnote-ref-14)
15. ГК РФ [↑](#footnote-ref-15)
16. п.6 ст.1492 гл.76 ч.IV ГК РФ [↑](#footnote-ref-16)
17. п.2 ст.1529 гл.76 ч.IV ГК РФ [↑](#footnote-ref-17)
18. Интеллектуальная собственность. Правовое регулирование. Практика. Документы под ред. Семенихина В.В. - Cистема ГАРАНТ, 2006 г. [↑](#footnote-ref-18)