

**ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ
КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ
ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ**

А.А. Никитина

студент 3 года обучения магистратуры

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

e-mail: niknastya1228@mail.ru

Научный руководитель: Т.Ю.Кулик

к.ю.н., доцент кафедры «Гражданско-правовых дисциплин»

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема защиты исключительного права на фирменные наименования юридических лиц, а также регистрации фирменных наименований.

Ключевые слова: предпринимательское право, защита исключительного права, фирменные наименования, регистрация фирменных наименований, индивидуализация участников гражданского оборота.

**THE PROBLEMS OF USING CORPORATE NAMES BY
COMMERCIAL ORGANIZATIONS AND THE FEATURES OF THEIR
LEGAL PROTECTION**

Nikitina A.A.

Scientific adviser

T.Yu. Kulik

Abstract: This article discusses the problem of protecting the exclusive right to company names of legal entities, as well as registration of company names.

Keywords: business law, protection of exclusive rights, company names, registration of company names, individualization of participants in civil turnover.

Одной из современных проблем цивилистики, требующей особого внимания, является как умышленное, так и неумышленное использование одними организациями фирменных наименований других юридических лиц.

Так, специально зарегистрировавшись под именем уже существующей организации, юридическое лицо довольно часто вводит своих контрагентов в заблуждение, например, относительно качества товаров, деловой репутации, добросовестности и своевременности выполнения работ или оказания услуг¹.

Главным предназначением исключительного права на фирменное наименование, является индивидуализация участников гражданского оборота, то есть субъектов конкретной предпринимательской деятельности среди таких же лиц участвующих в данных правоотношениях. Из вышесказанного становится понятно, что некоммерческие юридические лица не могут обладать фирменным наименованием.

В соответствии с п. 3 ст. 1474 ГК РФ 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 лица².

Так можно сделать вывод, что юридическое лицо может приобрести фирменное наименование, которое:

- 1) не было внесено в ЕГРЮЛ и зафиксировано за фирмой с сходной организационно-правовой формой как и регистрируемое юридическое лицо
- 2) не было взято другим юридическим лицом для осуществления такой же деятельности (например, не возможно существование двух ресторанов под названием «ОГОНЕК»). В структуре фирменного наименования можно выделить две части – это указание организационно-правовой формы и собственно наименование юридического лица. Это

¹Шустина Л.В., Сеничева В.Н. Проблемы правовой защиты прав на фирменные наименования, товарный знак и знак обслуживания юридических лиц // Актуальные проблемы российского частного права: Материалы международной научно-практической конференции. –2017. – С. 154-157.

²Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 4) от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1 ч.).

подтверждается статьей 54 ГК РФ, в котором содержится норма, указывающая на обязательное внесение организационно- правовой формы в фирменное наименование³.

Специфика правового режима исключительного права на фирменное наименование заключается в следующем:

- фирменное наименование является объектом личного неимущественного права, распоряжение исключительным правом не допускается (п.2 ст.1474 ГК РФ);

- четко определена структура, которая состоит из собственно наименования и сведений об организационно-правовой форме юридического лица. К содержанию фирменного наименования относится только словесное обозначение (п.2 ст.1473 ГК РФ);

- правообладателем субъективного права является коммерческая организация (п.1 ст.1473 ГК РФ);

- исключительное право на рассматриваемое средство индивидуализации может принадлежать только одному лицу (п.1,3 ст.1474 ГК РФ);

- право на фирменное наименование возникает с момента государственной регистрации коммерческой организации (п.1 ст.1473 ГК РФ);

- в установлении ограничений при использовании отдельных наименований и обозначений в фирменном наименовании (п.4 ст.1473 ГК РФ);

- возможность использования тождественного фирменного наименования при различной организационно-правовой форме юридического лица, исключающей осуществление аналогичного вида деятельности субъекта (п.3 ст.1474 ГК РФ).

³ Раскидная Д.А., Митяй Е.Д. Особенности правового регулирования защиты прав юридических лиц на фирменное наименование в современном праве РФ // В сборнике: Правовое регулирование интеллектуальной собственности и инновационной деятельности Сборник статей участников научно-методологического семинара. Под общей редакцией О.В. Сушковой. 2018. С. 71-76.

В п. 4 ст. 54 ГК РФ - содержится общая трактовка, в соответствии с которой юридическое лицо, фирменное наименование которого зарегистрировано в установленном законодателем порядке, имеет исключительное право на его применение.

Лицо, незаконно использующее уже зарегистрированное фирменное наименование другого юридического лица, по требованию собственника фирменного наименования обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки, как в виде реального ущерба, так и в форме упущенной выгоды⁴.

Незаконное использование фирменного наименования другого юридического лица характеризуется указанием на наличие подобия или сходства фирменного наименования, в результате чего может возникнуть путаница⁵.

Под защитой права на фирменное наименование принято подразумевать предусмотренные законодателем правовые меры, с помощью которых организация, чьи интересы нарушены, может обеспечить восстановление своих нарушенных прав, пресечь их нарушение и применить к нарушителю различные гражданско-правовые меры ответственности.

Подобные меры содержатся в нормах российского гражданского законодательства. Рассмотрение имеющихся норм дает возможность сформулировать основные характерные для исследуемой сферы формы, средства и способы защиты нарушенных прав.

Основной формой защиты нарушенного гражданского права на фирменное наименование по общему правилу является совокупность разнообразных мероприятий, обеспечивающих применение предусмотренных законом способов защиты.

⁴Кулик Т.Ю. Упрощенные процедуры в арбитражном процессе // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2015. – № 5. – С. 95-99.

⁵Кулик Т.Ю. Упрощенные процедуры в арбитражном процессе // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2015. – № 5. – С. 95-99.

Юрисдикционная форма защиты фирменного наименования, то необходимо выделить общий и специальный режим защиты нарушенного или оспариваемого права субъекта на фирменное наименование.

По общему правилу, защита права на исключительное право юридического лица осуществляется в судебном порядке. В соответствии с нормами действующего отечественного процессуального законодательства споры, связанные с нарушением права на фирменное наименование организации, подсудны системе арбитражных судов⁶. По желанию сторон подобный спор может быть передан на рассмотрение и третейского суда.

В качестве средства судебной защиты права на фирменное наименование традиционно выступает исковое заявление, т.е. обращенное к суду требование об разрешении спора, связанного с использованием фирменного наименования, с одной стороны, и обращенное к ответчику материально-правовое требование о возмещении причиненного ущерба, с другой стороны⁷.

К особому виду защиты права на фирменное наименование, осуществляемой в рамках юрисдикционной формы, следует отнести его защиту в административном порядке⁸.

Средством защиты в таком случае является уже не иск, а заявление, которое подается в письменной форме с приложением необходимых документов, содержащих в себе сведения о нарушении данного права. Федеральный антимонопольный орган, установив все необходимые обстоятельства и сам факт нарушения, выдает нарушителю Акт-предписание о его прекращении, а также об устранении его последствий и восстановлении нарушенного права.

⁶Кулик Т.Ю. Арбитражный процесс. Производство по пересмотру судебных актов. – Ставрополь, 2016.

⁷ Федосова Н.В., Лаврик Т.М. Особенности судебной защиты исключительных прав на фирменное наименование юридических лиц // Гражданское и корпоративное законодательство: проблемы взаимодействия: Сборник материалов II ежегодного круглого стола. ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», Юридический институт, Кафедра гражданского права и процесса. – 2017. – С. 106-110.

⁸Кулик Т.Ю. Новые способы осуществления государственных закупок // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2016. – Т. 2, № 1. – С. 63-67.

Проблема защиты права юридического лица на фирменное наименование, как одно из средств индивидуализации, остается одной из самых злободневных и в то же время одной из самых противоречивых дилемм отечественной цивилистики.

Отсутствие наработанной судебной и арбитражной практики сильно мешает реформированию института защиты прав фирменное наименование. Отсутствие четкого механизма защиты указанных прав наносит большой ущерб как непосредственно самим организациям, так и всей экономики нашей страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 4) от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 52 (1 ч.).
2. Раскидная Д.А., Митяй Е.Д. Особенности правового регулирования защиты прав юридических лиц на фирменное наименование в современном праве РФ // Правовое регулирование интеллектуальной собственности и инновационной деятельности: Сборник статей участников научно-методологического семинара / под общей редакцией О.В. Сушковой. – 2018. – С. 71-76.
3. Федосова Н.В., Лаврик Т.М. Особенности судебной защиты исключительных прав на фирменное наименование юридических лиц // Гражданское и корпоративное законодательство: проблемы взаимодействия: Сборник материалов II ежегодного круглого стола. ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», Юридический институт, Кафедра гражданского права и процесса. – 2017. – С. 106-110.
4. Шустина Л.В., Сеничева В.Н. Проблемы правовой защиты прав на фирменные наименования, товарный знак и знак обслуживания юридических лиц // Актуальные проблемы российского частного права: Материалы Международной научно-практической конференции. Редколлегия: Н.Н. Азисова [и др.]. – 2017. – С. 154-157.