

*Галиуллина Зарина Халиловна*

магистрант

*Научный руководитель*

*Землина Ольга Михайловна*

почетный работник высшего профессионального образования РФ,

канд. юрид. наук, доцент, доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

г. Москва

## **ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ И ЕГО ПРАВОВАЯ ОХРАНА**

*Аннотация:* в статье рассматриваются вопросы правовой охраны фирменного наименования – как средства отождествления юридического лица, хозяйствующего субъекта в гражданском обороте, а также вопросы правового регулирования в сфере защиты исключительных прав юридических лиц на фирменное наименование.

*Ключевые слова:* фирменное наименование, исключительное право, суд, правовая охрана, товарный знак, правообладатель.

Каждый участник предпринимательской деятельности используют разные способы для индивидуализации своей деятельности. В настоящее время рассматривается больше исков на защиту прав фирменного наименования. Это связано с тем, что компании: первое – дорожат своей репутацией; второе – хотят пресечь получение прибыли другими лицами за счет их имени.

Гражданко-правовая охрана фирменного наименования регулируется статьей 1473, 4 частью Гражданского кодекса Российской Федерации [2]. Также данная статья допускает охрану исключительных прав на фирменное наименование всех хозяйствующих субъектов, то есть использование фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом. Использование его на вывесках, баннерах, объявлениях, рекламных листовках, на товарах и их упаковке, в информационных сетях, в счетах и иной документации и так далее.

На сегодняшний день важность регулирования связанных со средствами индивидуализации юридических лиц растет, так как много фактов мошенничества связана с похожими названиями реально действующих фирм. Копируется и стиль сайтов и похожие обозначения фирмы в информационных сетях и товарные знаки. Что конечно же отражается на деятельности и прибыли реальных юридических лиц.

Каждая компания исключительна, есть определенные люди, отвечающие за ее действие, определенные стили общения с клиентами влияющий на репутацию. Есть и товарные знаки, и наименование фирмы, что дает возможность выделить ее среди многих других. Это все создает визитную карточку и формирует определенный образ для клиентов, контрагентов, работников и немало-важно – для государственных органов [4, с. 30].

Фирменное наименование – одно из четырех средств индивидуализации, известных российскому праву. Полное фирменное наименование должно указывать на организационно-правовую форму и собственно название юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности. Оно индивидуализирует коммерческие юридические лица. Исключительное право на него, как и на другие исключительные права позволяет правообладателю самостоятельно использовать объект интеллектуальной собственности и запрещать его использование всем другим лицам [2]. Исключительное право на фирменное наименование возникает со дня государственной регистрации юридического лица, и не может передаваться другим лицам. Однако в рамках договора коммерческой концессии может быть передано в пользование часть исключительных прав правообладателя за определенную плату другой организации. Например, право на товарный знак, знак обслуживания, право на коммерческое обозначение.

Реестр юридических лиц не предотвращает конкуренцию фирменных наименований по причине их совпадения или схожести до степени смешения, так как он только аккумулирует информацию о юридических лицах. И при возникновении конфликтных ситуаций на этом основании решается в пользу пра-

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

вообладателя, получившего первым фирменное наименование. Но это возможно только если осуществлялась аналогичная деятельность на однородном рынке и в пределах одной и той же территории. Правовой охране подлежат только внесенные в ЕГРЮЛ фирменные наименования полные и сокращенные, на любом языке (кроме название стран) [1].

Фирменное наименование должно:

- регистрируемое наименование должно отсутствовать в реестре;
- в случае использования любых производных от «Россия» и «Российская Федерация» должно быть наличие согласия Правительства Российской Федерации [3].

Защита прав может проводится как в судебном, так и внесудебным способом (административным). Если правовая защита фирменного наименования осуществляется через судебные органы, вместе с ответчиками так же привлекаются учреждения, зарегистрировавшие предприятие ответчика. Возможные судебные способы исключительных прав это: возмещение причиненных убытков, пресечение действий, нарушающих исключительное право или создающих такую угрозу, изменение наименование, а также прекращение использования фирменного наименования. А при административном порядке решения спора, при совпадении фирменных наименований и товарных знаков, он осуществляется в Палате по патентным спорам.

Однако только использования тождественного или сходного до степени смешения фирменных наименований двух хозяйствующих субъектов и их одновременное бесконфликтное присутствие является допустимым. И для применения мер гражданско-правовой ответственности в законе закреплено ряд условий, при одновременном соблюдении которых, действия юридических лиц, могут быть признаны нарушением исключительного права на фирменное наименование. То есть если взять, что есть истец и ответчик в споре за фирменное наименование, то одновременно должны иметь место следующие обстоятельства: наименования истца и ответчика совпадают, организации ведут аналогичные деятельности (по зарегистрированным кодам ОКВЭД), фирменное наиме-

нование компании истца включено в ЕГРЮЛ первым. В этом случае истец отстоит свои права.

Многие авторы говорят о возможности увеличения защищенности фирменных наименований. Одна из них это – возможность использовать название компании в качестве товарного знака. Это повышает уровень правовой защищенности фирменного наименования организации, так как будет действовать монопольное право на товарные знаки. Но фирменное наименование может быть оригинальным и неоригинальным. И оригинальная часть – само название фирмы, вот только на нее и можно оформить право как на товарный знак. Что позволяет, установить монопольное право на использование и запретить остальным участникам оборота ее применение в любой форме и при нарушении взыскать компенсацию и штраф за нарушение исключительных прав (своего рода охрана от недобросовестной конкуренции).

### ***Список литературы***

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп. от 31.10.2024) // СПС «Консультант-Плюс».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
3. Правила включения в фирменное наименование юридического лица официального наименования «Российская Федерация» или «Россия», а также слов, производных от этого наименования: Постановление Правительства Российской Федерации от 03.02.2010 №52 // СПС «КонсультантПлюс».
4. Рузакова О.А. Договоры о создании результатов интеллектуальной деятельности и распоряжении исключительными правами: учебно-практическое пособие для магистров / О.А. Рузакова. – М.: Проспект, 2021. – 144 с.