

Соловьянова Алина Андреевна,
Студентка 4 курса Юридического Института,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

Научный руководитель:
Власова Ульяна Александровна,
Ассистент кафедры трудового и предпринимательского права,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ФИРМЕННОГО НАИМЕНОВАНИЯ

Аннотация. Статья направлена на рассмотрение особенностей правовой защиты фирменного наименования. В статье описаны правовые основы защиты фирменного наименования, юридические критерии, используемые судами при оценке использования фирменного наименования другими лицами. В работе проанализирована судебная практика по делам о защите фирменного наименования. Сделан вывод о том, что формально-юридическое закрепление должна получить охран ширококо известных фирменных наименований.

Ключевые слова: Фирменное наименование, средства индивидуализации, защита фирменного наименования, исключительные права, право интеллектуальной собственности.

В Российской Федерации охраняются и защищаются приравненные объектам интеллектуальной собственности средства индивидуализации юридических лиц, одним из которых является фирменное наименование. Значение фирменного наименования в деятельности и гражданском обороте юридических лиц сложно недооценить, ведь фирменное наименование используется организациями для индивидуализации себя как субъекта, производящего товары, оказывающего услуги или выполняющего работы. Фирменное наименование служит неким способом выделения своей уникальности на рынке среди иных участников оборота. Потребители и сами зачастую ориентируются на фирменное наименование при выборе товаров, работ и услуг, отдавая предпочтение наиболее известным и зарекомендовавшим себя на рынке брендам.

Нередко фирменное наименование организации становится объектом неправомерного использования другими лицами в целях ограничения здоровой конкуренции. Недобросовестные конкуренты используют известность чужого бренда для продвижения своей продукции, что приводит к извлечению необоснованных выгод в результате использования фирменного наименования другого лица. Приведенные случаи актуализируют вопросы правовой защиты права на фирменное наименование юридических лиц.

С точки зрения ст. 1473 ГК РФ, фирменное наименование – это особое средство индивидуализации коммерческих организаций в гражданском обороте, необходимое для их идентификации путем закрепления названия в учредительных документах и при регистрации в налоговом органе [1]. Фирменное наименование следует считать одновременно правом и обязанностью коммерческих организаций, так как, с одной стороны, юридические лица самостоятельны в выборе наименования с учетом направления и сферы своей деятельности на рынке, с другой стороны, организация не может приобрести правосубъектность без фирменного наименования, которое выступает обязательным элементом ее правового статуса.



Охрана фирменного наименования коммерческой организации в Российской Федерации обеспечивается за счет гарантий исключительного права организации на фирменное наименование, которое, во-первых, предполагает, невозможность отчуждения фирменного наименования, что соответствует абсолютному и неимущественному характеру данного права, во-вторых, также не допустимость использования юридическими лицами тождественных фирменных наименований, которые приводят к смешению организаций по наименованиям и стиранию индивидуальных признаков каждого субъекта гражданского оборота.

ГК РФ не предусматривает специальных способов и форм защиты исключительного права на фирменное наименование. Однако с учетом наиболее распространенных нарушений в виде использования другими организациями фирменного наименования, являющегося тождественному или похожему до степени смешения с фирменным наименованием другой организации, превалирующую роль играет судебная защита исключительного права на фирменное наименование.

При решении вопросы о предоставлении защиты права российские суды исходят из толкования предусмотренных в п. 3 ст. 1474 ГК РФ признаков противоправности: использование тождественного наименования или схожего до степени смешения; осуществление аналогичной деятельности; более позднее включение в единый государственный реестр фирменного наименования второго юридического лица.

Так, например, по одному из дел суд защитил право организации ООО «Золотая семечка» (г. Ростов-на-Дону) на фирменное наименование, признав, что ООО «Золотая семечка» (г. Балаково) использует тождественное фирменное наименование вопреки требованиям ст. 1474 ГК РФ. При исследовании обстоятельств дела суд установил, что фирменные наименования организаций являются тождественными, сами организации осуществляют аналогичную деятельность в области реализации растительного масла, а также факт более поздней регистрации ООО «Золотая семечка» (г. Балаково). Несмотря на то, что ответчик, возражая против исковых требований, ссылался на неизвестность ему данного фирменного наименования и принадлежность другой организации, обосновывал свой выбор руководством простой ассоциацией наименования со сферой деятельности юридического лица (г. Балаково), суд не оценил следующие доводы ответчика и не признал их состоятельными: «Довод о том, что при выборе наименования своего общества руководствовались ассоциацией: «Если подсолнечное масло - то золотое, если подсолнечник - то семечка» нельзя принять во внимание, так как лузга подсолнечника имеет черный цвет, а очищенные от лузги семечки - белёсый цвет» [2].

Следовательно, при решении вопроса о предоставлении защиты одному юридическому лицу перед другим в случаях, когда коммерческие организации имеют одинаковые наименования, осуществляют аналогичную деятельность, ссылки ответчика на то, что он не был осведомлен о наличии организации, зарегистрированной под тождественным фирменным наименованием, будет недостаточно.

Суд по интеллектуальным правам в одном из своих решений также выразил правовую позицию по проблеме обеспечения защиты права на фирменное наименование в тех случаях, когда с учетом критериев неправомерности использования фирменного наименования другой организацией достаточно установить направленность умысла. В частности, если фирменное наименование является широко используемым другими лицами, то тождественность фирменного наименования с другим юридическим лицом может быть признаком недобросовестности и стремления приобрести таким образом известность среди потребителей [3].



В доктрине справедливо отмечается, что с целью повышения качества правовой защиты исключительных прав на фирменное наименование, закон необходимо дополнить о том, что «вывод о сходстве до степени смешения двух средств индивидуализации делается на основе восприятия этих обозначений в целом, т. е. общего впечатления» [4, с. 91].

Таким образом, особенность правовой защиты фирменного наименования как средства индивидуализации коммерческих организаций залучается в том, что она строится на основе использования и оценки, предусмотренных в ГК РФ критериев неправомерности использования фирменного наименования организаций другими лицами. Между тем необходимо также учитывать, что в отдельных случаях может иметь место недобросовестного использования общеизвестных фирменных наименований. В связи с чем, предлагается в ГПК РФ также закрепить, что использование широко известных фирменных наименований также должно признаваться неправомерным использованием.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (часть I). Ст. 5496
2. Решение Балаковского районного суда Саратовской области № 12-2-26/2019 12-26/2020 12-269/2019 от 21 января 2020 г. по делу № 12-2-26/2019 // Судебные и нормативные акты РФ. URL: <https://clck.ru/3QRFWX> (дата обращения: 10.11.2025).
3. Решение Суда по интеллектуальным правам от 08.02.2019 по делу N СИП-813/2018 // СПС «КонсультантПлюс»/ URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=47038#QlO563VyumAPA325> (дата обращения: 10.11.2025).
4. Бузарова Н.Х. проблемы правового регулирования защиты исключительного права на фирменное наименование РФ // Аграрное и земельное право. 2023. № 1. С. 89-92.

