

Лукьяненко София Александровна,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации» (Финансовый университет),
Россия, Москва
S. A. Lukianenko
Financial University, Moscow, Russia

ОГРАНИЧЕНИЯ СВОБОДЫ В ИМЕНОВАНИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА RESTRICTIONS ON FREEDOM IN NAMING A LEGAL ENTITY

Аннотация: Данная статья рассматривает вопросы, связанные с ограничениями на свободу выбора наименования для юридических лиц. Кроме того, в ней анализируются основные нормы законодательства, регулирующие процесс регистрации наименований юридических лиц, а также устанавливающие ограничения и требования к выбору наименований. Рассматривается также практика применения этих норм органами государственной регистрации юридических лиц. В статье также подробно анализируются случаи, когда выбор определенного наименования может быть ограничен или запрещен в соответствии с законодательством.

Abstract: This article examines issues related to restrictions on the freedom of choice of names for legal entities. In addition, it analyzes the main legal norms governing the registration process of names of legal entities, as well as establishing restrictions and requirements for the choice of names. The practice of applying these norms by the state registration authorities of legal entities is also being considered. The article also analyzes in detail the cases when the choice of a certain name may be limited or prohibited in accordance with the legislation.

Ключевые слова: наименование юридических лиц, индивидуализация юридических лиц, индивидуализация, фирменное наименование юридических лиц.

Keywords: name of legal entities, individualization of legal entities, individualization, corporate name of legal entities.

В современных условиях развития гражданского общества, преобразования законодательства, все более существенная роль отводится такому правому институту, как институт юридического лица. В социально-экономических реалиях повышается значимость и актуальность законодательного регулирования деятельности юридических лиц с учетом различных организационно-правовых форм.

При рассмотрении института юридического лица особое внимание стоит уделить такому свойству, как «наименование юридического лица». С первого взгляда можно подумать, что наименование юридического лица не имеет существенного значения, однако в теоретико-правовой и правоприменительной практике можно заметить противоположный эффект.

Например, Голофаев В.В. пишет, что с развитием деятельности торговых товариществ как коллективной формы предпринимательства появилась необходимость в индивидуализации, которая в результате и придала наименованию то существенное хозяйственное значение, которое они имеют в современной рыночной экономике.¹

П. 1 ст. 48 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (далее по тексту ГК РФ) закрепляет, что юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам,

¹ См.: Голофаев В.В. Фирменное наименование коммерческих организаций. Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург. – 1999. – С. 9.



может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Поскольку юридические лица как субъекты гражданского права осуществляют гражданские права, исполняют гражданские обязанности и несут ответственность, предусмотренную законодательством, то в рассматриваемом случае наименование юридических лиц имеет основополагающее значение. Законодатель, наделяя юридическое лицо право и дееспособностью указывает на индивидуализацию субъекта права посредством наименования, указывая на то, что лицо приобретает и осуществляет права от своего имени, т.к. другие участники гражданского оборота должны понимать кто и какой правосубъектностью обладает, это видно, например, в требованиях к наименованию производственных кооперативов, товариществ, некоторых некоммерческих организаций и др.

Акцентируя внимание на наименовании юридических лиц, стоит отметить, что в теории гражданского права нет единого сложившегося подхода к рассматриваемой проблематике.

Так наименование может рассматриваться как средство индивидуализации предпринимателя², либо как способ выделить организацию из всеобщей массы³, либо как элемент идентификации предприятия⁴, либо иным образом, которое позволяет индивидуализировать и обособить юридическое лицо (компанию, организацию, предприятие) от иных игроков на рынке, в том числе с идентичной предпринимательской деятельностью, которые являются по сути конкурентами.

П. 1 ст. 54 ГК РФ закрепляет, что юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование (п. 4 ст. 54 ГК РФ) и вступать в гражданский оборот под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах (как правило, фирменное наименование указывается в Уставе организации) и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (п. 1 ст. 1473 ГК РФ).

При рассмотрении проблематики наименования юридических лиц стоит также обратить внимание на ограничения, установленные действующим законодательством Российской Федерации. Во-первых, законодатель прямо регламентирует, что должно содержаться в наименовании юридического лица в зависимости от организационно-правовой формы (п. 2 ст. 1473 ГК РФ⁵). Например, п. 7 ст. 5 Федерального закона от 29.11.2007 № 286-ФЗ «О взаимном страховании»⁶ закрепляет, что наименование общества должно содержать слова «некоммерческая корпоративная организация» и «потребительское общество взаимного страхования». Во-вторых, юридическое лицо должно иметь одно полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное наименование на русском языке, которые

² См.: Чежия Д.Ю., Кондрат Е.Н., Ковязин В.В. Юридическая природа фирменных наименований // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России – 2006. - № 4. – С. 222.

³ См.: Сорокина А.И. Правовая природа прав на средства индивидуализации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2011. – № 20 (115). – С. 8.

⁴ См.: Горленко С.А., Григорьева Т.В., Сулимова К.Б. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: «Европейский центр по качеству», 2002. С. 86.

⁵ Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. Ст. 5496.

⁶ Собрание законодательства РФ. 2007. № 49. Ст. 6047.



указываются в учредительных документах юридического лица. Наравне с фирменным наименованием на русском языке юридическое лицо также вправе иметь одно полное фирменное наименование и (или) одно сокращенное фирменное наименование на любом языке народов Российской Федерации, в том числе и на иностранном языке.

Например, Определение судебной коллегии по экономическим спорам Верховного суда РФ от 05.04.2018 по делу № 307-ЭС17-19674, А26-63/20177: суд отказал в удовлетворении иска инспекции Федеральной налоговой службы по г. Петрозаводску, ввиду того, что Ответчик имеет полное фирменное наименование на русском языке – общество с ограниченной ответственностью «Юниверсал Технолоджис», что соответствует требованиям пункта 3 статьи 1473 ГК РФ, и им реализовано право на сокращенное фирменное наименование на иностранном языке – ООО «UNIVERSAL TECHNOLOGIES», что также не противоречит указанной норме.

Суд в своем определении указал, что при рассмотрении споров, связанных с наименованием юридического лица, стоит отталкиваться от позиции, согласно которой понуждение к изменению сокращенного фирменного наименования общества при отсутствии со стороны налогового органа каких-либо претензий к полному фирменному наименованию на русском языке не основано на требованиях действующего законодательства, нарушает законные интересы ответчиков в сфере предпринимательской деятельности⁸.

Аналогичное указание на организационно-правовую форму и фирменное наименование международной компании содержится в ст. 3 Федерального закона от 03.08.2018 № 290-ФЗ «О международных компаниях и международных фондах»⁹.

Вместе с тем необходимо уделить внимание запретам, установленным действующим законодательством РФ в отношении фирменного наименования юридических лиц.

Во-первых, без получения соответствующего разрешения в наименование юридических лиц не может включаться официальное наименование «Российская Федерация», «Россия», а также слова, производные от данного наименования. Так, Арбитражный суд Ростовской области от 17.04.2021 г по делу № А53-799/2021 от¹⁰ обязал Общество с ограниченной ответственностью «Росстройдеталь» произвести изменение, поскольку сокращение «РОС» в наименовании организации представляет собой устойчивое общеизвестное буквенное сочетание, сокращенное от «Российский», «Россия». Использование такого наименования вводит в заблуждение как рядовых потребителей (граждан), так и иных хозяйствующих субъектов, так как использование наименования может подразумевать участие государственных органов. Вместе с тем П. 148 Постановления Пленума Верховного суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации»¹¹ (далее по тексту – «149 Постановления Пленума Верховного суда РФ от 23.04.2019 № 10») разъясняет, что под словами, производными от официального наименования "Российская Федерация" или "Россия", следует понимать в том числе слово "российский" (и производные от него) как на русском языке, так и на иностранных языках в русской транскрипции, но не слово «русский» (и производные от

⁷ <https://legalacts.ru/sud/opredelenie-verkhovnogo-suda-rf-ot-05042018-po-delu-n-307-es17-19674-a26-632017/>

⁸ Панфилова, П. М. Коммерческая медиация как внесудебный способ защиты прав и законных интересов предпринимателей / П. М. Панфилова // Правовой альманах. – 2023. – № 3(25). – С. 34-42.

⁹ Собрание законодательства РФ. 2018. № 32 (часть I). Ст. 5083.

¹⁰ https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/4ac14c04-c78b-410b-a057-74a66eee06b0/218955db-e4c9-4bf9-b203-95ff77dff578/A53-799-2021_20210417_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True

¹¹ Российская газета. 2019. 06 мая.



него). Судебная практика исходит из того, что обязать сменить наименование могут потребовать даже в случае, если полное наименование соответствует требованиям, установленным законодательством, но в сокращенном наименовании или аббревиатуре содержатся слова производные от «Россия», «Российская Федерация».

Во-вторых, в фирменном наименовании юридического лица запрещено использовать полные или сокращенные официальные наименования иностранных государств, а также слова, производные от таких наименований. Например, Постановление Суда по интеллектуальным правам от 10.06.2021 № С01-406/2021 по делу N А41-37691/202012: суд отказал в удовлетворении требований заявителя (ООО «Италпорт импорт»), с вязи с тем обществом в фирменном наименовании используется слово «Итал», которое является производным однокоренным от слова «Италия». Суд апелляционной инстанции верно отметил, что слово «Итал» не существует как самостоятельное слово русского языка, однако оно несет общепринятую смысловую нагрузку, ассоциируясь со словом "Италия", вызывая стойкую ассоциацию у потребителя с участием государства в деятельности организации либо с особой значимостью деятельности данной организации в государственных интересах. П. 149 Постановления Пленума Верховного суда РФ от 23.04.2019 № 10 дополняет и разъясняет, что в фирменное наименование юридического лица не могут включаться полные или сокращенные наименования межгосударственных союзов (например: Содружество Независимых Государств, СНГ; Евразийский экономический союз, ЕАЭС, ЕврАзЭС).

В-третьих, юридическому лицу в своем фирменном наименовании запрещено использовать обозначения, противоречащие общественным интересам, а также принципам гуманности и морали. Например, при рассмотрении данного случая стоит обратить внимание на решение Управления Федеральной Антимонопольной службы по Волгоградской области по делу № 034/05/5-943/2021 от 29.11.2021 г.13 ФАС по Волгоградской области был установлен факт нарушения действующего законодательства РФ. Арбитражный суд Волгоградской области в своем решении от 21.03.2022 г. № А12-35564/202114 отказал в удовлетворении требования заявителя, сославшись на то, что, исходя из общих правил поведения и норм нравственности, публичное распространение слов, производных от известных терминов, обозначающих интимное половое поведение, противоречит правилам приличия в современном обществе, является непристойным и вызывает чувство неловкости и стыда. Стоит также отметить, что данному юридическому лицу было отказано в государственной регистрации товарного знака, как средства индивидуализации юридического лица и его товаров (или услуг), по аналогичным причинам.

В-четвертых, не допускается использование юридическим лицом фирменного наименования, тождественного фирменному наименованию другого юридического лица или сходного с ним до степени смешения (п. 3 ст. 1474 ГК РФ). Только исключительные права и т.д. дают право ограничивать конкуренцию, в том числе это касается и фирменного наименования. Согласно ч. 4 ст. 10 и ч. 9 ст. 11 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (далее – Закон о защите конкуренции) требования данного Закона о запрете на злоупотребление доминирующим положением и ограничивающие конкуренцию соглашения хозяйствующих субъектов не распространяются на действия правообладателей по осуществлению исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности.

¹²https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/8172d211-f946-4d16-82bc-342307ac7d4f/1f55a752-9536-4322-bebe-23e26f448bc2/A41-37691-2020_20210610_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True

¹³ <https://br.fas.gov.ru/to/volgogradskoe-ufas-rossii/220fdb7d-f0c2-4ee0-9704-5f97c16aed57/>

¹⁴https://kad.arbitr.ru/Document/Pdf/2aa6a5a8-b269-45c1-9127-d9b4892d2734/1a9dfddf-0e5d-4f72-bc98-14166045d6a0/A12-35564-2021_20220321_Reshenija_i_postanovlenija.pdf?isAddStamp=True



Позиция Пленума Верховного суда по данному вопросу изложена в п. 151, в соответствии с которым защите подлежит исключительное право на фирменное наименование юридического лица, раньше другого включенного в Единый государственный реестр юридических лиц, вне зависимости от того, какое из юридических лиц раньше приступило к соответствующей деятельности.

В то же время в защите права на фирменное наименование юридического лица, раньше другого включенного в ЕГРЮЛ, может быть отказано, если будет установлено, что это лицо начало заниматься конкретным видом деятельности с целью воспользоваться репутацией лица, которое такую деятельность начало осуществлять ранее.

Данная позиция является очевидной, поскольку идентичное наименование юридического лица, а равное схожее с ним ведет к злоупотреблению правом и вводит в заблуждение потенциальных потребителей. Лаврик Т.М. и Федосова Н. В. отмечают, что, использование схожего фирменного наименование может являться мошенничеством¹⁵.

В правоприменительной практике вопрос доказуемости тождества и схожести наименований остается открытым. Одним из бесспорных способов является проведение экспертизы по степени схожести и тождества наименования юридических лиц.

Стоит также отметить, что на территории Российской Федерации обеспечивается охрана исключительного права на фирменное наименование юридического лица, в том числе на фирменное наименование иностранных юридических лиц (ст. 8 Парижской конвенции об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г.¹⁶).

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что фирменное наименование играет важную роль в индивидуализации юридического лица, особенно если речь идет об индивидуализации деятельности юридического лица путем регистрации товарного знака. Рассматриваемая проблематика указывает нам на значимость фирменного наименования юридического лица как с позиции индивидуализации, так и с позиции государственного регулирования.

Так, Попова С. И. и Шульга А. К. указывают, что фирменное наименование реализуется в целях индивидуализации деятельности среди определенной группы субъектов в определенной области, географии. Защита наименования нужна для того, чтобы организация могла выделиться среди других. Все это связано с грамотным регулированием конкуренции, антимонопольной политикой¹⁷.

В качестве примера нарушения права на чужое фирменное наименование является использование ЗАО «Хабаровская Соя» наименования, сходного до степени смешения с ЗАО «Соя». Несмотря на фонетическую разницу фирменных наименований, арбитражный суд признал, что использование одного и того же ключевого слова «соя» приводит к сходству до степени смешения фирменных наименований. На этом основании суд удовлетворил иск ЗАО «Соя» о запрете ЗАО «Хабаровская соя» использовать фирменное наименование, сходное до степени смешения¹⁸.

С одной стороны, в наименовании юридического лица нет ничего сложного и как правило учредитель (либо учредители) особо не уделяют значение фирменному

¹⁵ См.: Лаврик Татьяна Михайловна, Федосова Наталия Владимировна К вопросу о проблеме использования фирменных наименований в корпоративной деятельности и особенностях их правовой защиты // ВЭПС. 2017. №1. С. 3.

¹⁶ См.: Парижская конвенция об охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. // Ведомости Верховного Совета СССР. 1968 г. № 40.

¹⁷ Попова Софья Ивановна, Шульга Антонина Константиновна Средства индивидуализации юридических лиц: вопросы теории и практики // Научный журнал КубГАУ. 2015. № 113. С. 1

¹⁸ См. Постановление ФАС Дальневосточного округа от 29 июля 2011 г. № Ф03-3368/2011.



наименованию своей организации. Большинство даже не задумывается об индивидуализации своей организации. С другой стороны, фирменное наименование юридического лица – это средство его индивидуализации и обособить себя от других участников гражданского оборота, в том числе осуществляющих схожую деятельность, а также для принятия и осуществление прав от свое имени. Подходить к вопросу наименования нужно также отчетливо, как и к осуществлению предпринимательской деятельности, чтобы избежать возможных запретов, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации, в том числе требований государственных органов и исковых заявлений от третьих лиц.

Список литературы:

1. Голофаев В.В. Фирменное наименование коммерческих организаций. Автореф. дисс.... канд. юрид. наук. Екатеринбург. – 1999. – С. 9.
2. Горленко С.А., Григорьева Т.В., Сулимова К.Б. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: «Европейский центр по качеству», 2002. С. 86.
3. Лаврик Татьяна Михайловна, Федосова Наталия Владимировна К вопросу о проблеме использования фирменных наименований в корпоративной деятельности и особенностях их правовой защиты // ВЭПС. 2017. №1. С. 3.
4. Панфилова, П. М. Коммерческая медиация как внесудебный способ защиты прав и законных интересов предпринимателей / П. М. Панфилова // Правовой альманах. – 2023. – № 3 (25).
5. Попова Софья Ивановна, Шульга Антонина Константиновна Средства индивидуализации юридических лиц: вопросы теории и практики // Научный журнал КубГАУ. 2015. № 113. С. 1
6. Сорокина А.И. Правовая природа прав на средства индивидуализации // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2011. – № 20 (115). – С. 8.
7. Чежия Д.Ю., Кондрат Е.Н., Ковязин В.В. Юридическая природа фирменных наименований // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России – 2006. – № 4. – С. 222.

