

**Чепурнов Лев Юрьевич, магистрант  
Московский университет  
имени А.С. Грибоедова, Россия, Москва**

## **ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ**

**Аннотация.** Данная статья посвящена актуальным в настоящее время средствам индивидуализации предприятий, которые регламентированы законодательством и находятся под его защитой. Рассматриваются виды основных средств: наименование и фирменное наименование; знаки обслуживания и товарные знаки. Отмечается тот факт, что предприятие имеет право на выбор и использование средств индивидуализации, а также обязанность эти средства применять. Приводятся также примеры нарушений прав в области индивидуализации и механизмы защиты прав на индивидуализацию.

**Ключевые слова:** юридическое лицо (коммерческая организация, предприятие), средства индивидуализации, фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, гражданский кодекс Российской Федерации, правообладатель, владелец, гражданский оборот, государственная регистрация.

**Abstract.** This article is devoted to the currently relevant means of individualization of enterprises, which are regulated by the legislation and are under its protection. The types of fixed assets are considered: name and brand name; service marks and trademarks. It is noted that the company has the right to choose and use the means of individualization, as well as the obligation to apply these means. Examples of violations of rights in the field of individualization and mechanisms for the protection of rights to individualization are also provided.

**Keywords:** legal entity (commercial organization, enterprise), means of individualization, brand name, trademark, service mark, civil Code of the Russian Federation, copyright holder, owner, civil turnover, state registration.

Защита собственных прав любого добросовестного и законопослушного юридического лица в современных условиях стремительного прогрессивного роста торгово-экономических отношений является одной из важнейших задач в сфере предпринимательства. Самый известный и часто применяемый способ — это индивидуализация.

Юридические лица являются частью гражданского оборота и выступают также в виде социальных образований по типу самостоятельных структур. По закону юридическому лицу необходимо пройти обязательную процедуру государственной регистрации, и, согласно ст. 54 ГК РФ, указать собственное наименование и определить организационно-правовую форму. Наименование является названием юридического лица, и организация осуществляет действия именно с этим зарегистрированным названием, характеризующим ее как субъект права.

Фирменное наименование, определяемое и прописанное в учредительных документах, — необходимое и неотъемлемое условие для участия в гражданском обороте. Наименование отражается в ЕГРЮЛ (Единый Государственный Реестр Юридических Лиц) при регистрации юридического лица. Закон устанавливает обязанность указывать полное наименование и право — сокращенное (последнее — исключительно на русском языке)<sup>1</sup>. На иностранных языках наименование организации по желанию может быть записано полным или сокращенным, это лишь законное право, а не обязанность юридического лица. По законодательству Российской Федерации организация так же имеет право на фирменное наименование, которое несет исключительный характер с внесением его в ЕГРЮЛ. В соответствии с законом фирменное наименование разрешено использовать в рекламных целях, в документации и т.п.<sup>2</sup> Право использовать

---

<sup>1</sup> Гульбин Ю. Т. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях // М.: Юрлитинформ. 2013. — 232 с.

<sup>2</sup> Золотарев, А. С. Побочные эффекты реформирования системы юридических лиц в гражданском праве России // Молодой ученый, 2018. — № 7.3. — 26-27 с.

наименование организации возникает с даты государственной регистрации юридического лица, аналогично, — дата прекращения такого права — день исключения из ЕГРЮЛ записи о наименовании.

Главным определяющим условием для использования права на фирменное наименование является его новизна и отличительные признаки от других организаций, что дает недопущение смешивания нескольких фирм.<sup>3</sup> Фирменное наименование не подлежит изменению в рамках закона в случае, если собственник фирменного наименования сохраняет свой статус.

Но помимо фирменного наименования, к другим средствам индивидуализации относятся товарный знак и знак обслуживания — обозначения, которые служат для индивидуализации товаров и услуг, оказываемых предпринимателями, что зафиксировано в ст. 477 ГК.

В понятие «товарный знак» включено обозначение, символ, помещаемый на упаковку продукции, либо отражается в документации. Данный символ может быть указан в качестве названия изготовителя, если оно сложное и длинное. Товарные знаки используются в сфере производства и продажи товаров, а знаки обслуживания - в сфере услуг.

Глава 76 ГК РФ содержит регламент, определяющий правовой режим средств индивидуализации. Следует подчеркнуть, что это — совокупные регулирующие нормы в вопросах использования средств индивидуализации, в частности их охраны, непосредственного приобретения и использования в соответствии с законом, а также о деятельности самой организации.

Само же понятие «средства индивидуализации», включает в себя условные обозначения, которые могут выражаться в виде определенных слов, различных изображений, символов, звуков и т.п., благодаря которым юридическое лицо может быть выделено среди других организаций, т.е., идентифицировано по

---

<sup>3</sup> Тюлькин А.А. Содержание объекта, индивидуализируемого коммерческим обозначением // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2020. — № 1 (23). — 226-233 с.

индивидуальным признакам. Аналогичные аспекты применимы и к результатам деятельности организаций.<sup>4</sup>

Стоит обратить внимание на то, что средства индивидуализации предусматривает не только законодательство, но также и правовые обычаи, накопленные с опытом на практике и имеющие широкое применение.

Во многих источниках можно увидеть разнообразные классификации средств индивидуализации. Но самая распространенная заключается в разделении на три основные группы:

1) средства индивидуализации, характерные конкретно юридическому лицу — наименование, юридический адрес или доменное имя;

2) средства индивидуализации, отражающие результат деятельности предпринимательства (товарные знаки и знаки обслуживания);

3) средство индивидуализации, которое обозначает организацию как единый комплекс — например, коммерческое обозначение.<sup>5</sup>

Стоит уточнить, что юридический адрес и ее наименование не обладает свойствами исключительных прав, как и многие из названных средств индивидуализации. Права на указанные средства, которыми законно обладают их владельцы, относятся к личным неимущественным. Однако, абсолютно любое средство индивидуализации имеет конкретную стоимость в списке нематериальных активов организации, а нарушение права на него может повлечь за собой возмещение причиненных убытков.<sup>6</sup>

Рассматривая субъективное право на средство индивидуализации, необходимо сделать акцент на его исключительные и абсолютные черты. Это наделяет владельца организации монопольными правами на то, чтобы

---

<sup>4</sup> Килабов М. М. Юридические лица, понятие и особенности их признаков // Молодой ученый. 2017. — №7. — 350-352 с.

<sup>5</sup> Репьев А.Г., Реуцкий С.Ю. Юридические лица в гражданском праве: некоторые аспекты типологии / Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. 2019. — № 14-1. — 282-284 с.

<sup>6</sup> Городов, О.А. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2017 — № 9. — 2-9 с.

действовать в соответствии с возможностями данного права. Абсолютность же в данном случае говорит о том, что субъективное право относится к неопределенному кругу лиц, обязывая их не нарушать права владельца.

Ниже перечислены особенности возникновения прав на средства индивидуализации:

- права возникают с момента регистрации юридического лица;
- двойственное свойство права — оно также является одновременно и законной обязанностью владельца;
- различия в сроках действия права: бессрочное право распространяется на фирму, на товарный знак же установлен срок действия в десять лет, по истечению которых необходимо продление на тот же период (10 лет);
- использование средств может быть осуществлено с обязательного и безоговорочного разрешения правообладателя, например, посредством условий договора франчайзинга;<sup>7</sup>
- переход права к третьим лицам возможен, но лишь в составе одного предприятия;
- право на товарный знак является отчуждаемым.

Целесообразно будет перечислить и основания для прекращения прав на индивидуализацию. Среди них:

- процедура реорганизации, при которой изменяется наименование (название) юридического лица;
- владелец по собственной инициативе отказался от права использования фирменного наименования;
- на основании судебного решения, например, наименование указано без соблюдения требований закона;
- ликвидация его правообладателя;
- свидетельство об исключительном праве прекратило действовать.

---

<sup>7</sup> Колмыкова А.Д. Защита прав на товарный знак // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019 — № 11. — 230-232 с.

Но даже при условии развернутого регламентирования законодательством использования средств индивидуализации, права нередко нарушаются. Наиболее распространенными нарушениями, можно признать:

- использование третьими лицами тождественных наименований, а также товарных знаков или знаков обслуживания с теми, которые установил правообладатель;

- намеренное искажение наименования организации, например, иначе внесена запись об организационно-правовой форме, имени участников общества и т.п. Стоит уточнить, что искажение информации носит письменный характер: в рекламе, в актах государственных или местных органов, что наносит отпечаток на репутации владельца.

Законом закреплено право на охрану фирменного наименования и других средств индивидуализации. Правообладатели вправе требовать восстановить нарушенные третьими лицами права, остановить нарушение и просить согласно ст. 1252 ГК РФ применить к нарушителям наказание.

Закон устанавливает форму защиты на средства индивидуализации, что дает право конкретному лицу с нарушенными правами обратиться с жалобой в Апелляционную палату Роспатента,<sup>8</sup> в Высшую патентную палату или же в суд. Действия территориального антимонопольного органа в свою очередь так же направлены на рассмотрение жалоб относительно нарушений в области конкуренции.

Проведя черту, сделаем очевидный вывод — индивидуализация юридических лиц — важный и действенный механизм для выделения организации из общей массы путем придания собственной исключительности, а также эффективный способ защиты собственных прав.

---

<sup>8</sup> Репьев А.Г., Реуцкий С.Ю. Юридические лица в гражданском праве: некоторые аспекты типологии / Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. 2019. — № 14-1. — 282-284 с.

## Литература

1. Городов, О.А. Коммерческое обозначение как средство индивидуализации предприятия // Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. 2017 — № 9. — 2-9 с.
2. Гульбин Ю. Т. Гражданско-правовая охрана средств индивидуализации товаров в рыночных условиях // М.: Юрлитинформ. 2013. — 232 с.
3. Золотарев, А. С. Побочные эффекты реформирования системы юридических лиц в гражданском праве России // Молодой ученый, 2018. — № 7.3. — 26-27 с.
4. Килабов М. М. Юридические лица, понятие и особенности их признаков // Молодой ученый. 2017. — №7. — 350-352 с.
5. Колмыкова А.Д. Защита прав на товарный знак // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019 — № 11. — 230-232 с.
6. Репьев А.Г., Реуцкий С.Ю. Юридические лица в гражданском праве: некоторые аспекты типологии / Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. 2019. — № 14-1. — 282-284 с.
7. Тюлькин А.А. Содержание объекта, индивидуализируемого коммерческим обозначением // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2020. — № 1 (23). — 226-233 с.