

СЕКЦИЯ 4 НОВЕЛЛЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЧАСТНОГО ПРАВА

УДК 347

Белякова Екатерина Сергеевна,
студент, Костромской государственной университет,
г. Кострома, Российская Федерация
k-b-2000@mail.ru

Яснева Елена Васильевна,
старший преподаватель, Костромской государственной университет,
г. Кострома, Российская Федерация
yasneva.e.v@yandex.ru

Некоторые проблемные вопросы при регулировании охраны средств индивидуализации юридических лиц

Статья посвящена исследованию проблем регулирования охраны средств индивидуализации юридических лиц с точки зрения гражданского права. В статье раскрываются проблемы правового регулирования фирменного наименования и предлагаются пути их разрешения.

Ключевые слова: средства индивидуализации, фирменное наименование, товарный знак, некоммерческие организации, защита средств индивидуализации.

Belyakova Ekaterina Sergeevna,
student, Kostroma State University,
Kostroma, Russian Federation

Yasneva Elena Vasilevna,
senior lecturer, Kostroma State University,
Kostroma, Russian Federation

Some problematic issues in regulation protection of funds for the individualization of legal persons

The article is devoted to a study of the problems of regulating the protection of the means of the individualization of legal persons from the point of view of civil law. Problems of legal regulation of the trade name are revealed and suggests ways to resolve them.

Keywords: means of individualization, company name, trademark, non-profit organizations, protection of means of individualization.

Понятие «средства индивидуализации» можно понимать в двух значениях. В широком смысле средства индивидуализации – это способы использования различных символов, слов, фраз и других отличительных знаков для персонализации конкретного субъекта, его деятельности, произведенных и/или проданных товаров, выполненных работ, оказанных услуг. В этом смысле меры индивидуализации следует рассматривать как систему действий, направленных на выявление, обособление, выделения субъекта, его деятельности, произведенных или проданных товаров, оказанных услуг, выполненных работ. В узком смысле средства индивидуализации – это оригинальные символы, используемые в публичном обращении, слова, фразы и все другие признаки, которые индивидуализируют юридическое или физическое лицо, их деятельность, произведенную продукцию, проданные товары, выполненные работы, оказанные услуги. В этом смысле меры индивидуализации являются предметом исключительных прав.

В Гражданском кодексе Российской Федерации не дается определения средствам индивидуализации. Представляется, что индивидуализацию следует определять «как обособление, отличие по характеристикам, индивидуальным признакам особый для каждого лица случай», а средство как прием, способ действия для достижения чего-либо; орудие, предмет, приспособление или их совокупность, необходимые для какой-либо деятельности» [8].

Таким образом, исходя из вышеуказанных определений, можно вывести следующее понятие средств индивидуализации. Средства индивидуализации – способ действия для выделения субъекта (объекта) из всеобщей массы, путем выделения у него или придания ему индивидуальных, присущих только ему признаков. По моему мнению, данное понятие следует закрепить в Гражданском кодексе Российской Федерации. Законодатель относит к средствам индивидуализации: фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания, наименование мест происхождения товара, коммерческое обозначение. Однако согласно выведенному понятию к средствам индивидуализации можно отнести не только объекты, определенные статьей 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации [2], но и ОГРН (основной государственный регистрационный номер), адрес места нахождения, почтовый адрес, наименование организации и доменное имя.

В научных работах ведется активное обсуждение вопроса относимости к средствам индивидуализации фирменного наименования. Данная тема актуальна тем, что обладателю исключительных прав на фирменное наименование Гражданский кодекс запрещает распоряжаться, а в том числе и отчуждать данное средство индивидуализации. Это связано с тем, что фирменное наименование служить средством индивидуализации коммерческих организаций и юридических лиц.

Так, Е. А. Кондратьева говорит о том, что можно обнаружить достаточно много общих черт при сравнении норм, касающихся фирменного наименования и имени гражданина, например исключительное право на имя и фирменное наименование являются неотчуждаемыми [3, с. 97–98]. С позицией автора нельзя

не согласиться. В связи с этим, ряд авторов предлагают распространить на фирменное наименование неимущественное право, так как индивидуализация субъекта права – сфера деятельности неимущественных личных прав, как и имя гражданина [4, с. 82].

Статья 4 Федерального закона «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ указывает на то, что некоммерческая организация имеет наименование, в котором содержится указание на ее организационно правовую форму и характер ее деятельности. Также в пункте 1.1 статьи 4 данного закона указано, что некоммерческая организация, наименование которой зарегистрировано в установленном порядке, имеет исключительное право его использования [9]. Однако ни цитируемым законом, ни Гражданским кодексом РФ, ни иными законами не раскрывается содержание исключительного права на наименование некоммерческих организаций. Практика показывает, что часто возникают ситуации, когда некоммерческие организации обращаются в суд с иском о запрете использования их наименования иным лицом (в том числе и использовании его как средство индивидуализации). Суды не встают на сторону истца, ссылаясь на то, что Федеральный закон «О некоммерческих организациях» не определяет способ защиты исключительного права некоммерческой организации на использование своего фирменного наименования.

Так, в Арбитражный суд Иркутской области обратился ФГУ «Байкальский Государственный природный биосферный заповедник» с иском к ООО «Байкал – Инком» о запрете использования наименования «Байкальский заповедник» для индивидуализации товаров, работ или услуг, а так же запрете размещения этого наименования на товарах, в документации, рекламе и в сети Интернет. Судом первой и второй инстанции исковое заявление было удовлетворено. Но арбитражный суд кассационной инстанции Восточно-сибирского округа вынес постановление об отмене решения суда первой и апелляционной инстанции и полностью отказал в удовлетворении исковых требований истца. В мотивировочной части суд кассационной инстанции указал, что наименование некоммерческих организаций не является средством индивидуализации юридических лиц в смысле положений части 4 ГК РФ, на них не распространяется правовая охрана, установленная параграфом 1 главы 76 Гражданского кодекса Российской Федерации [7].

Суд по интеллектуальным правам также придерживается похожей позиции. Одно из интересных дел было рассмотрено в 2016 году, когда известное Федеральное автономное учреждение Министерства обороны РФ «Центральный спортивный клуб армии», сокращенно клуб «ЦСКА» подало исковое заявление к некоммерческой организации союз «Центральная специализированная коллегия адвокатов» о запрете использования аббревиатуры «ЦСКА» и о том, что они обязаны внести в учредительные документы соответствующие изменения [6]. Суд первой, апелляционной, а также кассационной инстанции не удовлетворили исковые требования. Судами было установлено, что на момент создания Спортивного клуба действовало Постановление Совета народных комиссаров СССР от 22 июня 1927 г. «О введении в действие Положения о фирме».

Постановление содержало норму о том, что право исключительного использования фирменного наименования принадлежало как коммерческим, так и некоммерческим организациям. Однако со вступления в законную силу части четвертой ГК РФ - 1 января 2008 года, указанный документ утратил силу [5].

Пунктом 4 статьи 50 Гражданского кодекса РФ закреплено, что некоммерческие организации могут вести коммерческую деятельность, если это закреплено в их уставе и лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых создана некоммерческая организация, и, если это соответствует таким целям [2]. Основываясь на этом, можно сделать вывод, что действующий подход законодателя к охране наименований некоммерческих организаций не способствует защите некоммерческих организаций своих наименований от посягательств третьих лиц (конкурентов).

М. Е. Бобров считает действующее положение некоммерческих организаций несоответствующем логике. Так, некоммерческие организации имеют право в соответствии со статьей 1478 Гражданского кодекса Российской Федерации регистрировать товарные знаки, на основании статьи 1538 Гражданского кодекса Российской Федерации могут иметь исключительное право на коммерческое обозначение при осуществлении предпринимательской деятельности, однако нормы о правовой охране и защите фирменных наименований на наименование некоммерческих организаций не распространяются. М. Е. Бобров предлагает позволить некоммерческим организациям иметь исключительное право на фирменное наименование наравне с коммерческими организациями. По мнению автора, это позволит распространить действие норм по защите фирменного наименования коммерческих организаций на некоммерческие в том числе [1, с. 4]. Позиция автора близка мне, однако стоит помнить, что далеко не все некоммерческие организации имеют право вести коммерческую деятельность, а также, что некоторые статьи Гражданского кодекса сложно применить к наименованию некоммерческих организаций.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бобров М. Е. Товарный знак и наименование юридического лица: коллизия прав // Адвокат. 2013. № 12. С. 4.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 26.10.2021) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5142/ (дата обращения: 12.05.2022).
3. Кондратьева Е. А. Объекты интеллектуальных прав: особенности правовой охраны. М. : Статут, 2014. С. 97–98.
4. Кривин Д. В. «Доменное имя как средство индивидуализации юридического лица» // Российское право: Образование. Практика. Наука. 2017. № 1 (97). С. 82.
5. Постановление Совета народных комиссаров СССР от 22 июня 1927 г. «О введении в действие Положения о фирме». URL: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 24.11.2021)

6. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 20 октября 2016 года по делу № А60-47048/2015 // Официальный интернет-портал правовой информации. Судебные и нормативные акты РФ. URL: <https://www.zakonrf.info/> (дата обращения: 24.11.2021)

7. Постановление Федерального Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 6 июня 2012 года по делу № А19-15965/2011. URL: <https://www.zakonrf.info/> (дата обращения: 24.11.2021)

8. Современный толковый словарь русского языка. М. : Дом Ридерз Дайджест, 2017.

9. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ. URL: <https://www.zakonrf.info/> (дата обращения: 25.11.2021)

УДК 347.132

Гиринович Ксения Евгеньевна,
магистрант, Костромской государственной университет,
г. Кострома, Российская Федерация
heykseni@rambler.ru

Развитие принципа эстоппеля в институте недействительности сделок

В работе рассмотрено и обобщено понятие принципа эстоппель. Также рассматриваются основные положения эстоппеля при признании сделок недействительными. Автор указывает, что принцип эстоппеля вытекает из принципа добросовестности. Данный факт дает возможность участникам гражданского оборота сохранить то положение, на которое при определенных обстоятельствах полагалась одна из сторон правоотношения, тем самым внося последовательность и стабильность в гражданский оборот. Сделаны выводы о действии принципа эстоппеля в контексте недействительных сделок.

Ключевые слова: эстоппель, недействительные сделки, оспоримые сделки, ничтожные сделки, добросовестность, гражданско-правовые отношения.

Girinovich Ksenia Evgenievna,
undergraduate, Kostroma State University,
Kostroma, Russian Federation

Development of the estoppel principle in the institute of invalidity of transactions

The paper considers and generalizes the concept of the estoppel principle. The main provisions of the estoppel are also considered when the transactions are recognized as invalid. The author points out that the estoppel principle follows from the principle of good faith. This fact makes it possible for the participants in the civil turnover to maintain the position that one of the parties to the legal relationship relied on under certain circumstances, thereby introducing consistency and