

Требование о понуждении к изменению фирменного наименования как инструмент защиты интересов участников торгового оборота

Научный руководитель – Филиппова Софья Юрьевна

Юраш Артур Юрьевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра коммерческого права и основ правоведения, Москва, Россия

E-mail: arthur.yurash1@mail.ru

Иск о понуждении к изменению фирменного наименования применяется в случае несоответствия содержания фирмы юридического лица позитивным требованиям, перечисленным в п. 3, 4 ст. 1473 ГК РФ. При этом такое требование может быть предъявлено лишь регистрирующим органом (ФНС России)

На первый взгляд может показаться, что данные требования направлены прежде всего на защиту публичных интересов, однако на самом деле все не так однозначно.

Например, использование в фирменном наименовании официальных названий иностранных государств может создать у иных участников оборота, а также у потребителей стойкую ассоциацию с участием соответствующего государства в деятельности такого коммерсанта. При этом даже если на момент подачи иска организация может действительно иметь связь с тем или иным государством, это не отрицает возможности последующего отчуждения акций или долей в уставном капитале в пользу иного, не связанного с таким государством лица. В одном из дел суд удовлетворил требования инспекции ФНС к обществу с ограниченной ответственностью «Морское агентство «Бермудас» об обязанности изменить фирменное наименование, несмотря на доводы ответчика о том, что один из учредителей общества является официальным представителем морского агентства Бермудских Островов[1].

Следует отметить, что законодательством также предусматриваются отдельные положения в отношении использования в фирменном наименовании слов «Российская Федерация», «Россия», а также их производных. При соответствии коммерческой организации определенным критериям она вправе включить в свое наименование такие обозначения (абз. 8 п. 4 ст. 1473 ГК РФ). Конечно, государство здесь защищает собственные интересы, стремясь не допустить использование слова «Россия» каждый вторым субъектом торговой деятельности. Однако при помощи данной меры государство также защищает интересы участников оборота и потребителей, которые, полагаясь на фирму лица, недобросовестно включившего в свое наименование слова «Россия», могут прийти к ложному выводу об участии Российской Федерации в деятельности той или иной организации или же об особой значимости данной организации для экономики страны, в результате чего отдать предпочтение данному лицу перед иными участниками оборота.

Что касается недопустимости включения в фирменное наименование названий органов власти или органов местного самоуправления, то здесь, как и в описанных выше случаях, защищается не только публичный интерес.

Безусловно, органы власти, не являясь коммерческой организацией, не могут иметь исключительного права на свои наименования, в связи с чем законодатель, вводя данный запрет, как бы наделяет их квазиисключительным правом. Однако не менее важно и то, что включение в фирменное наименование названий органов власти способно ввести участников торгового оборота и потребителей в заблуждение относительно факта участия такого

органа в деятельности организации. Так, в ЕГРЮЛ было обнаружено действующее общество ООО «Специализированный застройщик «Минстрой» (ОГРН: 1223900002380)[2]. Рядовой потребитель может и не знать о том, что органы власти в принципе не могут вести коммерческую деятельность, а потому он вполне может посчитать, что Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства России имеет прямое отношение к данному обществу, что может стать решающим аргументом для совершения сделки с данным лицом.

Особый интерес представляет запрет обозначений, противоречащих общественным интересам, а также принципам гуманности и морали. Безусловно, запрет включения в фирменное наименование обценной лексики, призывов к совершению преступлений является очевидным. Между тем данный запрет позволяет восполнять те или иные пробелы в законодательстве. Напомним, что по своей структуре фирма состоит из корпуса, указывающего на организационно-правовую форму коммерсанта и добавления, вспомогательной части, содержащей придуманное для индивидуализации коммерсанта обозначение[3]. При этом действующее законодательство не содержит запрета включения в добавление слов, которые представляют собой указание на организационно-правовую форму.

В одном из споров учредитель общества обратился в суд с иском к инспекции ФНС, которая отказала в государственной регистрации общества с наименованием ООО «Ассоциация Женщин Кинопродюсеров» со ссылкой на то, что такое наименование посягает на общественные интересы. Инспекция ФНС указывала, что данное наименование способно ввести других участников оборота в заблуждение относительно организационно-правовой формы такого лица[4]. В частности, слово «ассоциация» могло бы привести к ложному выводу о том, что перед нами некоммерческая организация, объединение юридических лиц и (или) граждан, основанное на членстве и созданное для представления и защиты общих, в том числе профессиональных, интересов, для достижения общественно полезных целей (п. 1 ст. 123.8 ГК РФ).

Таким образом, требование о понуждении к изменению фирменного наименования, несмотря на наличие определенной публично-правовой специфики, является инструментом защиты именно интересов коммерсанта. Безусловно, данную меру нельзя назвать мерой ответственностью в строгом смысле этого слова, ведь никаких прямых негативных имущественных последствий на ответственное лицо в данном случае не налагается. Вместе с тем процедура изменения фирменного наименования коммерческой организации требует проведения корпоративных процедур, которые неизбежно приведут к дополнительным затратам на стороне лица, в отношении которого был удовлетворен иск о понуждении к фирменному наименованию. Нельзя не отметить и тот факт, что суды, удовлетворяя требование о понуждении к изменению фирменного наименования, фактически выполняют задачу превенции, показывая другим участникам оборота, что "закон не спит", что заставляет участников торгового оборота более ответственно подходить к выбору фирменного наименования.

Источники и литература

- 1) Решение Арбитражного суда г. Севастополя от 21.10.2020 по делу № А84-1460/2020 // СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 25.01.2026)
- 2) Сервис «Предоставление сведений из ЕГРЮЛ/ЕГРИП» / <https://egrul.nalog.ru/index.html> (Дата обращения: 28.02.2026)
- 3) См. об этом Филиппова С.Ю. Фирменное право России. С. 59; Брагинский М.И., Витрянский В.В. Указ. соч. // СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 02.03.2026).

- 4) Решение Арбитражного суда г. Москвы от 19.09.2022 № А40-126394/22-94-952 // СПС «КонсультантПлюс» (Дата обращения: 25.01.2026).